

Alma Mater Studiorum – Università di Bologna

DOTTORATO DI RICERCA IN

SOCIOLOGIA

Ciclo XXIV

Settore Concorsuale di afferenza: 14/C2

Settore Scientifico disciplinare: SPS/08 – Sociologia dei processi culturali e comunicativi

RETI SOCIEVOLI: L'IMPATTO DEI SOCIAL NETWORKS

NELLA COSTRUZIONE DELLO SPAZIO PUBBLICO

Presentata da: Dott.ssa Lucia Marciante

Coordinatore Dottorato
Chiar.mo Prof. Ivo Colozzi

Relatore
Chiar.ma Prof.ssa Roberta Paltrinieri

Esame finale anno 2012

Indice

Introduzione

CAPITOLO PRIMO

I pubblici connessi e l'impegno civico

1.1 Pubblici connessi e impegno civico sui social media	p. 19
1.1.2 I pubblici nell'era della convergenza	p. 27
1.2 Pubblici connessi e nuova sfera pubblica	p. 32
1.3 Dal mainstream, ad Internet e il web 2.0	p. 40
1.4 La cultura dei pubblici: dall'alfabetizzazione attraverso il mainstream all'uso dei social media	p. 45
1.5 Immaginario e immagini: forme di autorappresentazione sui Social Media	p. 49
1.6 Spazio pubblico mediato	p. 52
1.6.1 Spazio pubblico e conflitto	p. 58
1.7 Spazio e potere	p. 61

CAPITOLO SECONDO

Potere nella società 2.0

2.1 Il potere nell'era globale	p. 64
2.2 Potere e Rete	p. 66
2.3 Relazioni di potere nel web 2.0	p. 67

CAPITOLO TERZO

Globalizzazione e consumo

3.1 Che cos'è la globalizzazione?	p. 71
3.1.2 Le dimensioni della globalizzazione	p. 72
3.2 La globalizzazione: un processo irreversibile?	p. 75
3.3 Il sistema mondo e la sua struttura globale	p. 80
3.4 Città Globali e ruolo dello Stato-nazione	p. 83

3.5 Il ruolo delle tecnologie comunicative nel processo di globalizzazione	p. 86
3.6 La società in rete	p. 89
3.7 Flussi di comunicazione, flussi di cultura	p. 94
3.8 Etica del lavoro, estetica di consumo?	p. 101
3.9 Il consumo sostenibile e il concetto di sostenibilità	p. 105
3.10 Tra nuove culture e nuovi media: stili di consumo responsabile	p. 115
3.10.1 Strategie e tattiche di consumo: sulla scena politica locale	p. 120

CAPITOLO QUARTO

Mondi digitali, modernizzazione e azioni collettive

4.1 La società globale e le nuove tecnologie: il palcoscenico mondo	p. 125
4.2 Individualizzazione e razionalità: nell'era della riflessività	p. 129
4.3 Iniziative collettive e globalizzazione: tattiche e strategie	p. 137
4.4 L'attore sociale: alla ricerca di una scelta morale	p. 143
4.5 I movimenti di mobilitazioni: pratiche organizzative e azione	p. 147

CAPITOLO QUINTO

Stato, Mercato, Comunicazione Web 2.0: Cittadinanza e *Civic Engagment*

5.1 Nuovi media e comunicazione politica	p. 151
5.2 Governare con e attraverso il web sociale	p. 153
5.3 Relazioni in/di rete	p. 156
5.4 Cultura e cittadinanza nelle reti di relazione informali	p. 162
5.5 Istituzioni, soggetti politici e cittadinanza di rete	p. 168
5.6 Percorsi di cittadinanza	p. 172
5.7 Cittadini e istituzioni nei media sociali: il modello D.C. (<i>Dutiful Citizenship</i>)	p. 176
5.8 (S)fiducia nei media e nei politici	p. 181
5.9 Cittadinanza autoattualizzata: modello S.A.C. (<i>Self Actualizing Citizenship</i>)	p. 186

5.9.1	Democrazie e impegno civico dei giovani nelle comunità on line	p. 194
5.10	“Il voto diviene meno significativo di altre azioni”: il consumo critico	p. 198

CAPITOLO SESTO

Cultura partecipativa: senso civico mediato

6.1	Cultura partecipativa e Politica nel web 2.0	p. 206
6.2	Attivismo transnazionale: il consumerismo politico	p. 213
6.3	Partecipazione politica dai social media	p. 219
6.4	La centralità delle relazioni: controcultura tra gratuità e partecipazione	p. 223
6.5	Verso la felicità attraverso i mezzi generatori di senso	p. 227

CAPITOLO SETTIMO

Strumenti d’indagine etnografici.

Comparazione di casi studio: Rai per una notte, *Indignados*, *Occupy Wall Street*

7.1	Ipotesi e Metodologia della ricerca: l’etnografia digitale dalla cassetta degli Attrezzi	p. 240
7.2	La Consumer Culture Theory	p. 252
7.3	La web tribe oggetto d’indagine	p. 254
7.4	#Rai per una notte, #Indignados e # <i>OccupyWallStreet</i>	p. 258

<i>Conclusioni</i>	p. 281
--------------------	--------

<i>Appendice</i>	p.296
------------------	-------

<i>Bibliografia</i>	p. 303
---------------------	--------

Introduzione

- *Horizon 2020, il nuovo programma dell'Unione Europea, pone tra gli obiettivi l'innovazione e la ricerca. Al fine di fornire idee per la crescita e l'occupazione future. Il lato innovativo di Horizon 2020 è la partecipazione al fine di una struttura di equità. Di fatto già in "La Governance Europea. Un libro bianco" della Commissione Comunità Europee, Bruxelles 2001, i responsabili politici d'Europa ponevano l'accento su un duplice paradosso: se da un lato, gli Europei chiedono loro di risolvere i grandi problemi della nostra società, dall'altro, questi stessi cittadini nutrono sempre minor fiducia nelle istituzioni e nelle politiche che queste adottano e finiscono per disinteressarsene.*

Il dibattito sulle crisi economica, valoriale, delle democrazie occidentali ha alimentato e motivato questa ricerca tesa all'analisi dell'impatto dei social network nella costruzione dello spazio pubblico, soprattutto per una ridefinizione del ruolo della cultura civica e dei movimenti sociali. Se già per Adam Smith lo spazio lasciato libero dallo Stato veniva occupato dal singolo individuo per specifici interessi economici, oggi quest'individuo è sottoposto alla morale kantiana in modo autonomo. Tale slittamento di significato è reso possibile da una mutazione sociale: dall'affermazione sulla scena sociale dell'individuo autonomo, maturo, proprietario, capace di entrare in relazione con gli altri per contrattare e definire l'interesse comune (Rinaldi, 2000, p.4). Soprattutto da quando l'opinione pubblica si è legata all'affermazione dell'individuo e della società civile e questa si è costituita come rete di interazione. Con opinione pubblica non si vuole certo riferire ad un'opinione di massa ma ad *un'opinione consapevole e responsabile*, che sa dividersi e comporsi al fine di trovare un orientamento. Per una più chiara definizione è interessante la distinzione classica tra "opinione pubblica" e "opinione popolare". La prima è un'opinione dei pubblici su cose pubbliche (non su tutto) alla quale non si chiede razionalità ma autonomia. La seconda è semplicemente un'opinione diffusa, di successo che non è sottoposta a nessuna condizione, salvo quella di far numero. Una moltitudine di fattori suggestionano e sono suggestionati da forme di partecipazione politica. Il paradigma della società civile si modifica in riferimento ad una nuova sfera pubblica connessa tramite le nuove tecnologie della comunicazione. Ridefinendo immagini e immaginari che danno vita a forme di autorappresentazione (Castells, 2010) su social network come Facebook. Una cultura civica che un tempo era intesa come specifica cultura politica strettamente connessa al buon funzionamento dei sistemi democratici, né tradizionale né moderna ma appartenente sia alla tradizione che alla modernità; una cultura pluralista basata sulla comunicazione e sulla persuasione, una cultura del consenso e della modernità, una cultura che non ha permesso i cambiamenti ma li ha moderati (Almond, Verba, 1963). Una cultura civica che si è autoattualizzata nella ricerca di nuove soluzioni in risposta alle crisi che si sono andate accentuando negli ultimi anni. Partendo dall'ipotesi che le crisi economica e valoriale, che hanno prepotentemente fatto il loro ingresso nella società globale, non trovano più soluzioni nelle tradizionali forme di

rappresentanza istituzionale che un tempo si facevano carico delle istanze dei cittadini, di una politica assoggettata alle regole del mercato, si è osservato come queste istanze siano oggi a carico di una cittadinanza pronta a farsi autoportatrice del bene comune. Nell'obiettivo di una nuova partecipazione che, lasciando la rappresentazione democratica tradizionale, fa leva sul mercato attraverso azioni responsabili tese ad un consumo critico di beni principalmente immateriali. Azioni che trovano nell'autocomunicazione di massa forme nuove e inedite di connessione e potere. *La democrazia diviene possibilità di un metadiscorso che vada oltre ogni eventuale conflitto, nell'unione dei partecipanti alla difesa comune delle regole del discorso e della convivenza democratica.* La cultura civica democratica pertanto non può essere imposta dall'alto. Non più singoli individui ma una moltitudine consapevole, corresponsabile e compartecipe. Individuo, razionalità, morale, come processo di costituzione della società civile, sono stati agevolati dall'affermarsi della stampa: l'individuo liberaldemocratico può essere identificabile già con "l'uomo gutemberghiano" (McLuhan, 1991). Oggi, "nell'era della convergenza, come la definisce Henry Jenkins, direttore del Mit di Boston del programma *Comparative Media Studies*, i vecchi e nuovi media collidono, in una convergenza tecnologica e culturale, mentre il potere, destinato un tempo ai soli produttori dei media, si confronta sullo stesso terreno, attraverso modalità imprevedibili, con quello dei consumatori. Gli studi di Putnam (1993) hanno messo in luce, inoltre, come la *civicness* (il civismo) sia maggiormente evoluto nelle regioni italiane dove si è assistito ad uno sviluppo spontaneo dell'individualismo e della società civile fin dal medioevo. Nuove prospettive di analisi sul comportamento della società civile si pongono con l'avvento dei media sociali, ambienti di relazione sociale in cui l'uomo partecipa in modo consapevole. La diffusione delle tecnologie informatiche ha permesso anche la fruizione di contenuti informativi nuovi, diretti, frutto maggiormente di chi in prima persona vive una notizia o i fatti. Come nel caso della rivoluzione araba nata in rete ed espressa attraverso uno dei più popolari social network Twitter (con 175 milioni di utenti, l'80% dei quali invia i propri aggiornamenti in modo sistematico)¹. Una cultura civica mediata in cui il cittadino/consumatore, nella liquidità dei ruoli che ricopre (Bauman, 2008), agisce seguendo le regole della competizione politica concependo tali regole come un bene comune superiore. Culture differenti che hanno possibilità di interazione in simbiosi con le forme mainstream. Muta il senso della posizione che si ricopre nella comunicazione e le pratiche a queste legate, modificandosi non solo l'idea di "amicizia" e "cerchia sociale" come ad esempio avviene in Facebook (il più grande social network con oltre 500 milioni di utenti nel globo),

¹ Da un punto di vista teorico i contenuti prodotti in rete godono di una serie di proprietà che ne definiscono le possibilità all'interno della comunicazione. In particolare i contenuti generati dagli utenti appaiono persistenti, ricercabili, replicabili e scalabili (boyd, 2009), analizzando l'incrociarsi di queste caratteristiche è possibile comprendere il livello di radicale rottura che comportano rispetto alle forme precedenti di produzione mediale da parte degli spettatori. Proprio per la loro natura digitale questi contenuti, una volta creati, possono essere replicati un numero infinito di volte senza perdere di qualità e possono raggiungere pubblici di dimensioni anche molto grandi senza doversi riconfigurare (scalabilità)". La comunicazione mediata dal computer (CMC) è solo uno dei modi con cui le persone possono interagire e portare avanti relazioni (Wellman, 1999). La mancanza di un incontro faccia a faccia non rende le relazioni meno reali o significative per coloro che ne sono coinvolti. L'uso e la partecipazione ai media della comunità sono riflesso dell'individuo (Merton, 2000).

ma anche di consumatore, cittadino, pubblico. Ognuno diviene non solo “oggetto” della comunicazione ma il “soggetto” di questa. Essere connessi diviene un atto del vivere quotidiano, abbattendo il muro di accesso delle sole *élite*, per cui larghi strati della popolazione entrano in tali ambienti con i loro desideri di consumo e comunicazione. La Rete diviene il luogo ove esercitare un “ruolo civile istituzionalizzato” (Mazzoli, 2010, p.10). Spazio tra una dimensione macro sistemica ed una soggettiva, creativa e imprevedibile che tenta di riconoscersi, attraverso la comunicazione, nelle rappresentazioni della società del macro. Cittadini-consumatori che possono così osservare in tono critico ciò che accade nel mondo (*empowerment del cittadino*) e condividerlo orizzontalmente con una moltitudine di altri (*empowerment comunicativo*). Una nuova cultura partecipativa, differente dalle forme di partecipazione sociale e politica tradizionali, espressione della capacità riflessiva offerta dai media ai soggetti, favorita dalle forme di connessione. Così se da un lato mercato e società civile si muovono al fine di ricostituire il bene comune e ridefinire una nuova “felicità” intesa, non più come un tempo, come maggior sviluppo maggior progresso, dall’altro sono proprio i nuovi media digitali il supporto e la realtà in cui si tenta un ritorno alla centralità delle relazioni. *Una nuova sfera pubblica mediata intesa come spazio del visibile o aperto, in cui circolano forme simboliche accessibili ad una pluralità di altri anche non presenti*. La sfera pubblica mediata è dunque uno “spazio non localizzato” da intendere come sfera di possibilità aperte a qualunque forma simbolica mediata, un ambiente particolare all’interno del quale gli individui agiscono e interagiscono, ove produttori e consumatori di forme simboliche mediate partecipano al dialogo, spazio creativo non controllabile, aperto a contenuti non definibili in anticipo, per cui le lotte oggi si sono trasformate in “lotte per la visibilità” attraverso Internet². Forme di comunicazione in “un ipertesto digitale composito e interattivo che include, mixa e ricombina nella loro diversità l’intero ventaglio delle espressioni culturali veicolate dall’interazione umana” (Castells, 2010, p. 60). *Per cui le disuguaglianze nascono non solo per la disponibilità della banda larga ma anche per un divario nell’istruzione che consente di muoversi in una cultura digitale. Aspetto che riproduce e amplifica le strutture di classe, etnia, razza, età e genere del dominio sociale tra paesi ed entro i paesi* (Wilson, 2004; Galperin, Mariscal, 2007, Katz, 2008). *Concentrarci solo sull’accesso alle nuove tecnologie ci porta lontano, se non incoraggiamo allo stesso tempo le competenze e le conoscenze culturali necessarie per sviluppare questi strumenti per i nostri stessi obiettivi*. Il web 2.0 diviene uno “spazio pubblico simbolico” terza dimensione dell’azione sociale e dei vissuti individuali (Grossi G., 2004). “Dove io dico, tu pubblichi, dove chiunque può dire qualcosa e le informazioni arrivano in tempo reale” per incoraggiare le proprie opinioni³. “Spazio pubblico”, web 2.0, che trova senso nell’ipotesi che “lo spazio pubblico non è mai una realtà precostituita” (Innerarity, 2008) ma si muove all’interno di reti capaci di generare e garantire socievolezza⁴ tra coloro che le vivono e agiscono. Nello spazio che si riconosce come *social web* ove, ripercorrendo lo

² Si pensi ad esempio alle lotte di visibilità dei movimenti come quello femminista o per la difesa dei diritti civili. Una lotta per la visibilità delle proprie richieste per conquistare un riconoscimento.

³ C. R. Sunstein, 2002, *Republic.com*, Princeton University Press

⁴ G- Simmel, 2005, (*ristampa*), *la socievolezza*, Armando Editore, Roma

sguardo simmeliano si sviluppa socievolezza, intesa come forma pura, senza alcun fine al di fuori di sé se non nel piacere di associarsi, la socievolezza⁵, “che permette di realizzare armonicamente la parte della personalità individuale che consiste nell’identità di gruppo” (Mora E., 1994, p.48), pur non essendo la base di sviluppo, si inonda nella sfera pubblica, in quel contesto emergente di argomentazioni, su contenuti, ritenuti di interesse generale. “Luoghi terzi” di habermasiana memoria⁶, in cui poter osservare non solo tendenze di razionalizzazione strumentale (nell’accezione weberiana) del moderno ma le controtendenze che in essa si producono dal “basso”. La Rete diviene dunque uno spazio di comunicazione ove affermare il diritto della libertà (Couldry, Curran, 2003; McChesney, 2007-2008). Già Habermas sosteneva che lo spazio pubblico vada ripensato⁷. Agorà che perdono i propri confini di localizzazione geografica per divenire punti d’incontro significativi anche nell’off line come nell’on line. *Nel luogo virtuale i soggetti, ricorrendo le proprie forme di creatività, esprimono le proprie opinioni sull’opinione*. Come nel caso della Spagna, indignata da una condizione economica giovanile che il 15 maggio 2011 è scesa in piazza per esprimere la propria rabbia contro la precarietà e la crisi economica, vivendo intensamente il tessuto urbano delle sue città, rivitalizzato in una grande quantità di piazze che si incontravano attraverso l’unica piazza mediatica. Incontri non solo nelle agorà delle città dunque, ma nei luoghi simbolici rinvianti a tradizioni, poteri, ideologie, siano essi proficui o da contrastare. Un consumo semantico di spazio pubblico “vuoto” nel senso estetico e simbolico trasmesso dallo spazio urbano. Un luogo in cui il *conflitto diviene la vera anima dello spazio pubblico, la dimensione nella quale esso mostra la sua autentica necessità, il suo principio e insieme il suo senso ultimo, che dunque non prende forma solo nelle città ma che da queste non se ne distacca*. *Occupy Wall Street* (movimento che prende vita il 17 settembre 2011, con radici anche nella Primavera Araba, per dimostrare contro iniquità economica e sociale, per la concentrazione di ricchezze in un piccolo settore della popolazione, 1%, mentre il resto vive di precarietà), *Indignados* e molti altri usano i social media, come Twitter e Facebook, come strumento di informazione, coordinamento degli eventi, partecipazione. *Di fatto il cyberspazio dona autostrade informatiche di una metropoli invisibile che corre*

⁵ La socievolezza pur formata dagli individui prescinde gli scopi individuali e trova il suo fine in se stessa. Motivo dominante della socievolezza è la “reciprocità” come atto puro e semplice. Ciascuno può realizzare i propri valori sociali al patto che anche gli altri li realizzino, come se tutti fossero uguali, a prescindere dalle diverse collocazioni e rilevanze sociali. Il reciproco riconoscersi e il reciproco concedersi spazio per la socievolezza, fa sì che si realizzi un continuo scambio fra eguali come forma d’interazione paritaria e democratica. Cfr. G. Simmel, 2005, (ristampa), *La socievolezza*, Armando Editore, Roma.

⁶ Nel tempo la cultura politica si è trasformata grazie non solo ai salotti ma ai caffè e alle società conviviali che animavano la vita borghese. Lo stesso Habermas dimostra come lo sviluppo dei mezzi di comunicazione, basati sulla stampa, hanno consentito l’espressione di un “opinione pubblica” che era lontana dalle posizioni ufficiali dello stato.

⁷ Ridefinendosi come nuovo spazio pubblico virtuale, ricordando come sottolineava Hanna Arendt (1994), che lo spazio della politica è lo spazio di “inter-esse” o “dell’essere fra”, il fatto dunque di esistere in uno spazio che è anche costitutivo di rapporti specificamente politici, di rapporti che si fondono tra i diversi attori. Infondo già con la modernità “pubblico” significava “aperto” o “accessibile a tutti”, come visibile e osservabile, in contrapposizione al privato inteso come nascosto alla vista, distinzione che rimanda a quella tra “pubblicità” e “riservatezza” (Thompson, 1998, p.178).

parallelamente alla realtà urbana. Luogo virtuale che assume centralità negli orizzonti comunicativi, in cui il conflitto, che aveva dato vita ai vuoti della città, riassume importanza nei paesaggi mentali della metropoli. Ivi assume un ruolo rilevante la cosiddetta cultura di strada nel condizionare forme di azione politica nel Nord come nel Sud del pianeta. Conflitti di strada complementari alle forme politiche consolidate e che rivestono un ruolo di spicco da quando l'occupazione dello spazio è espressione del potere dei movimenti sociali per cui si possono osservare occupazioni delle piazze sperimentando forme di organizzazioni e di decisione politica distanti da quelle dominanti nelle società. *Forme di protesta, evidenzia Saskia Sassen, che coinvolgono una composizione sociale eterogenea.* Pur tuttavia il web, più economico e semplice attraverso interfacce standard *user-frendley*, è un *incubatore di legami provvisori e "t(ot)ematici"* che non necessitano di relazioni fisiche tra gli individui per esistere ma di obiettivi, interessi, passioni, culti comuni, tra cui un ruolo significativo hanno le iniziative progettate collettivamente in rete ma realizzate offline. Potere di una comunicazione, **capitolo secondo-terzo**, che nell'eco dei social media mettono in relazione i pubblici come "Rai per una notte", evento cross mediale, primo in Italia, che ha unito differenti mezzi di comunicazione di massa, ma anche quelle che Smythe (1981) definisce merce-audience: "prodotta solo in parte dall'industria culturale, riproduce se stessa nelle innumerevoli interazioni comunicative quotidiane che passano anche dagli spazi virtuali globali". Una produzione di senso, **capitolo terzo**, il cui valore d'uso dona alla merce-audience un valore di scambio, che aggiunge alle merci "valore di senso". Un valore accentuato da innumerevoli interazioni comunicative quotidiane. I soggetti aggregati in "audience" divengono a loro volta una nuova "forma-merce", producendo il proprio "valore cumulativo", cioè elaborando individualmente la propria propensione e competenze nel consumo, nei processi comunicativi e di socializzazione, nelle pratiche di consumo culturale. *Nel nostro essere tutti dei "mutanti", scrive Baudrillard, la concentrazione individualistica trova una dialettica nelle politiche di consumo che stringono alleanze nuove tra quelli che Morin definisce gli "oniricamente troppo ricchi" dai "materialmente troppo poveri"* (1962; 1975). Una spinta che attraverso il mondo multi-mediato, conduce verso i "bisogni degli altri" (Wolf, 1994). Soprattutto alla luce di una trasparenza che avviene non solo per la produzione e il consumo, ma anche per le disuguaglianze mondiali, lo sfruttamento del lavoro, la commercializzazione della vita e la distruzione dell'ambiente.

Consumo, pratiche di comunicazione, appartenenze, processi di identità e parte della vita quotidiana, così come il crescente uso degli strumenti di comunicazione digitale, dalle piattaforme di interazione/condivisione di contenuto come dei social network, si definiscono come processi di un'ibridazione a livello micro-macro sistemico degli aspetti culturali, economici, politici e tecnologici. Con Paesi e popolazioni che vivono in condizioni svantaggiate per i rapporti di produzione, dipendenza politica e/o economica, con le generazioni future. Azioni di consumo che assumono rilevanza nella visione socio-antropologica della realtà e delle esperienze. Il consumo può essere così considerato come un linguaggio, ovvero struttura, uno spazio

simbolico ove ogni significato è reso attuale. In un mondo in cui il processo irreversibile della globalizzazione colpisce differenti dimensioni: tecnico-comunicative, civile, ecologica, economica, dell'organizzazione del lavoro, e molte altre. Mentre i rapporti di produzione si configurano come un insieme di relazioni economiche che, attraverso uno scambio ineguale, definiscono la supremazia di alcune nazioni e parti del mondo rispetto alle altre, alimentando privazioni e diseguaglianze. Due facce del mondo, una truccata di ricchezza e l'altra di agonia (Sen, 2002), mentre le moderne tecnologie hanno ridotto il mondo alla dimensione di un "villaggio globale" (McLuhan, 1995), così da assistere a una forma di "vicinato totale" anche con coloro che sono notevolmente distanti da noi, creando dei nuovi e insoliti legami che ci permettono di partecipare ad eventi lontani. Un processo di stiramento che spinge diversi contesti sociali o anche regioni a divenire una rete che avvolge l'intero pianeta. Oggi le reti di comunicazione hanno costruito nuovi immaginari e ridefinito scenari di azione, frutto di culture glocali (cioè di culture globali e locali allo stesso tempo) emergenti, non più legate ad un luogo o un tempo ma di "una vera mescolanza di componenti disparate, provenienti da ogni dove e da nessun luogo, scaturite dai moderni (postmoderni) carri da guerra del sistema di comunicazione globale" (Appadurai, 2001). Una serie di dimensioni caratterizzano la globalizzazione: la formazione di un mercato finanziario globale, la transnazionalizzazione e l'aumento dell'incidenza della tecnologia, l'iperconcorrenza tra le imprese (ciò a dire un'accentuata competitività di liberalizzazione), la privatizzazione del *dumping* sociale (che vuol dire che per vincere la gara sui mercati si abbattano i costi del lavoro), sviluppo di un'informazione che unifica il mondo, perdita della rilevanza dello Stato e del sistema nazionale, un ordinamento militare mondiale (così che le guerre divengono preventive e totali). Ivi la società civile transnazionale si fa portatrice di una richiesta di giustizia globale, diffusione di una cultura globale. In una cornice in cui il ruolo degli Stati-nazione, nella relazione tra lo Stato e i suoi cittadini, si caratterizza da una deistituzionalizzazione e desocializzazione (Touraine, 1998). Intendendo con ciò un indebolimento del ruolo degli Stati-nazione che nel primo caso (di una deistituzionalizzazione) corrisponde alla scomparsa di norme codificate o garantite dai meccanismi giuridici, invece nel caso della desocializzazione riconduce alla scomparsa di ruoli, norme e valori sociali attraverso cui si costruiva il mondo vissuto. Lo Stato-nazione non funge più da istituzione normativa così come l'economia, né la politica e tanto meno la religione (Donati, 2000, p.15). Tanto che le norme della produzione, quelle del consumo e quelle del sistema politico sono oggi dissociate e in opposizione le une alle altre (Bell, 1978). Con ciò non si vuole di certo rendere una lettura semplice e di gioco forza, focalizzandosi sull'aspetto prettamente superficiale, poiché è dimostrato che i regolamenti, le leggi e le politiche governative determinano ancora le frontiere e le strutture interne dell'economia globale (Evans 1995, 1997).

Un'economia, **capitolo quarto**, che detta i suoi parametri di un gioco a livello transnazionale, sotto gli occhi di una politica incapace di trovare reali e immediate soluzioni a tali regole di gioco. Inoltre si assiste ad un gigantismo militare dei Paesi in crescita, a causa anche di armamenti avvenuti da parte di

un occidente sviluppato (Sen, 2002). Motivo per cui si sente forte la necessità di una giustizia globale che chiama in causa una società civile transnazionale, capace di empatia con l'altro. Una società cosmopolita che vada oltre i confini dello Stato-nazione (Beck, 2003). Ruolo importante in tale contesto è svolto dalle tecnologie di massa perché in grado di permettere agli individui di interagire "l'uno con l'altro all'interno di cornici che creano una nuova dimensione della realtà" (Thompson, 1995). In una crescente richiesta di "responsabilità globale", per cui lo spazio della nostra "immaginazione emotiva" si fa transnazionale (Paltrinieri, 2004). Mentre empatia e "compassione cosmopolita" vengono integrate nel processo di formazione del sé, "avanzando pretese morali molto simili a quelle legate all'interazione faccia a faccia" (Paltrinieri, 2004, p.30). Una società civile transnazionale che, forte di legami locali e globali, permette oggi di ripensare le stesse relazioni internazionali, che non possono essere più mediate dai governi o dai rappresentanti dello Stato.

"L'emergenza di una democrazia partecipativa" che definisce la *global civil society* o come sostiene anche Rousseau (1995) una "democrazia continua" permette di pensare ad una società civile come "Agorà di tipo virtuale" in cui si incontra e si discute in modo democratico, composta da *singole persone, associazioni, ONG*, i cui temi prevalenti riguardano i diritti dell'uomo, la povertà, l'esclusione sociale, l'ambiente, le donne, la cittadinanza, il razzismo, i giovani e l'immigrazione (Belardinelli, 1997). La società civile diviene idealmente il regno della scelta e della partecipazione, non più limitata all'interno dello stato-nazione.

Il mercato diviene la nuova arena di discussione politica. La capacità politica degli Stati-nazione, nei processi economici che raggiungono una dimensione planetaria, è messa all'angolo da un'economia che opera a livello globale e da istituzioni internazionali che fissano i parametri economici, delimitando azioni e politiche. Una politicizzazione della globalizzazione in cui si assiste ad una rinnovata e maggiore opportunità di potere d'azione di imprese un tempo "addomesticate" dagli strumenti della politica e dello Stato sociale. Il vecchio capitalismo, un tempo organizzato democraticamente, è sfuggito dalla gabbia di uno schema socio-statale democratico e le imprese, principalmente quelle che hanno potere di azione globale, oltre a rivestire un ruolo importante nell'organizzazione economica, divengono gli attori della società. Si rende perciò indispensabile guardare ad un sistema-mondo nel suo complesso come unità d'analisi. Tanto che per Wallerstein (2003) "l'unico tipo di sistema sociale è il sistema mondiale, che noi definiremo semplicemente come unità caratterizzata da una singola divisione del lavoro e da una molteplicità di sistemi culturali". Con le nuove tecnologie una piccola impresa, una piccola organizzazione e anche singoli soggetti che possiamo definire come microambienti, possono entrare in comunicazione con altri microambienti distanti da loro. Piccole entità dimensionate localmente possono interagire nel circuito globale. *Lo sviluppo delle tecnologie di informazione e comunicazione hanno svolto un ruolo rilevante nel processo di globalizzazione le cui sedi sono nelle città.* La velocità con cui le nuove tecnologie trasmettono i dati ha modificato la percezione personale di tempo e spazio. Così che uomini e culture

del mondo si “percepiscono come reciprocamente legati, pur nelle loro differenze”. Portando a compimento quella che viene definita una “globalizzazione delle informazioni” (Beck 2009, p. 35) per cui gli stati-nazione sono facilmente inseriti nello spazio della comunicazione globale, soprattutto per l’annullamento di quelle distanze che ha permesso di catapultare cose, idee e persone a livello transnazionale, gettando tutti in stili di vita transnazionali. La morfologia della rete quindi appare adatta agli imprevedibili modelli di sviluppo derivanti dalla complessità delle interazioni delle nuove tecnologie dell’informazione. Le città globali rappresentano i principali nodi della Rete, attraverso i quali transitano le informazioni e i flussi finanziari, ma non sono gli unici. Altri attori sono inseriti nella rete globale o nelle sottoreti di pertinenza e tutti sono inseriti a differenti livelli nel sistema di comunicazione globale. Gli attori in campo tendono ad aggregarsi in base al loro orientamento o specializzazione, strutturandosi in sottosistemi di un sistema più ampio.

“La lontananza e l’irraggiungibilità della struttura sistemica, associata allo stato fluido, non strutturato, dello scenario prossimo e immediato della politica della vita, cambiano radicalmente tale condizione e impongono un ripensamento delle vecchie nozioni che ne caratterizzavano la descrizione” (Bauman, 2008). L’individuo contemporaneo si ritrova senza punti di riferimento solidi, solo, nella ricerca del senso alla propria esistenza e nella ricerca di una propria identità o di identità al plurale, dal momento che la maggior parte degli individui si ritrovano ad esercitare differenti ruoli nell’arco della giornata ed esistenza. Tanto che le identità deboli e variabili in perfetto “accoppiamento strutturale” sono migliori in una società in continua trasformazione (Luhmann, 1996). *A fianco della politica, l’altro elemento centrale ad essere entrato in crisi è il lavoro e la sua centralità nella società.* Intorno al lavoro, alla sua organizzazione, alla posizione assunta dai soggetti nell’ambito della vita lavorativa, si è strutturata l’organizzazione sociale e si sono sviluppati i modelli culturali dominanti della modernità. Intorno al lavoro si è organizzata la società in classi e si sono sviluppate le grandi narrazioni che volevano interpretare la società e le trasformazioni in atto. Lo stato sociale si è strutturato intorno alla famiglia patriarcale e alle classi sociali sotto la spinta delle grandi organizzazioni politiche di massa. Classe operaia, imprenditori, piccola e media borghesia, legati da un filo che ne determinava i ruoli e l’identità all’interno della società. Il tipo di occupazione, che spesso accompagnava il soggetto per l’intero arco della propria esistenza, il modo in cui l’individuo identificava se stesso, il proprio ruolo, la propria condizione e appartenenza sociale. Questa identificazione nel lavoro nei tempi attuali è sempre più difficile. Il lavoro cambia in continuazione, sempre più articolato in nuove tipologie e nuove professioni ed è quasi impossibile impegnarsi in un lavoro che impieghi tutto l’arco dell’esistenza o almeno un periodo sufficientemente lungo da potersi identificare in esso. Anche la divisione della società in classi è andata sfumando, e comunque non è più il lavoro a segnare l’appartenenza ad una determinata classe sociale. Si comincia da giovani con occupazioni sempre provvisorie e chissà quante se ne cambieranno durante la propria vita.

*Il consumo ha sostituito il lavoro, quale nesso tra le motivazioni individuali dei soggetti, l'integrazione sociale e la riproduzione del sistema. La liquidità della società condiziona anche i rapporti personali, perché per costruire dei rapporti seri, solidali, basati su una buona dose di fiducia, serve un vissuto fatto di esperienze forti, solide. Il consumo permette all'individuo di esprimere la propria soggettività, le proprie passioni, la propria conformità o il proprio dissenso. Nel consumo trovano soddisfazione gli infiniti interessi e desideri delle persone, continuamente sollecitati dai mass-media, attraverso la vasta gamma di prodotti e possibilità disponibili sul mercato. Attraverso il consumo l'individuo si identifica nei modelli culturali e contribuisce alla loro formazione. Il consumo riveste quindi una funzione fondamentale nella riproduzione del sistema sociale, soprattutto in considerazione del fatto che dietro ogni atto di consumo si cela un aspetto economico importante per il sistema produttivo, un punto di vista attraverso il quale osservare le trasformazioni in atto, per comprendere la società. Il consumo responsabile rappresenta un angolo d'osservazione privilegiato perché permette di cogliere una serie di segnali significativi su vari aspetti. I consumatori responsabili influenzano la politica attraverso azioni che non solo vanno al di là delle sfere economica e politica, ma superano anche l'immaginaria linea di demarcazione tra pubblico e privato rivolta a separare le persone nella loro veste di individui politici (cittadini) dalle persone in quanto attori privati (consumatori, famiglie). Individui e istituzioni utilizzano le azioni nel mercato per creare fiducia, controllare le incertezze e risolvere i problemi "pubblici" comuni (Micheletti, 2010). Questione che acquista rilievo internazionale già nel 1987 con il Rapporto Brundtland, in cui si definisce la cornice dello sviluppo sostenibile: "Lo sviluppo è sostenibile se soddisfa i bisogni delle generazioni presenti senza compromettere le possibilità per le generazioni future di soddisfare i propri bisogni". Il tema della sostenibilità entra a pieno titolo nell'agenda delle istituzioni e dei governi e si pone l'obiettivo di mantenere la crescita economica all'interno di parametri di sostenibilità. Nella capacità di un sistema di mantenere un equilibrio nel tempo, soddisfacendo le esigenze del presente senza compromettere la possibilità di soddisfare quelle che si presenteranno nel futuro, garantendo in questo modo la durata e la possibilità di vita del sistema stesso. Nel comune orizzonte di solidarietà sono concepiti e agite *azioni collettive individualizzate* (Micheletti, Follesdal, Stolle, 2006), *atti individuali consapevolmente* e proiettualmente *interdipendenti*. I consumatori maturano forme di consapevolezza tese a favorire le scelte e i comportamenti intensi e ad utilizzare il valore economico della 'produzione di senso' come arma capace di regolare i rapporti nel mercato e/o di mettere in discussione gli equilibri politici, oltre che i rapporti di produzione, forza e potere.*

*La globalizzazione ma anche l'individualizzazione (Beck, Giddens, Lash, 1999, **capitolo quinto**, hanno tracciato la strada ai cittadini per riappropriarsi della politica dando luogo a nuovi ambiti nell'assunzione di responsabilità. Devastazione dei diritti umani, problemi ambientali, controllo delle informazioni sono aree problematiche controllate con sempre maggiore difficoltà dagli Stati. Sfide che impongono un ripensamento dell'idea stessa di governabilità. La politica diviene qualcosa di più dei dibattiti pubblici e dei provvedimenti governativi, riguarda l'ambiente del sistema politico, ciò a dire che interessa*

sfere e livelli di vita differenti. Qui la *governance* è una prospettiva teorica che ridefinisce la visione politica e il suo ruolo nel sistema politico: una collaborazione tra istituzioni statali, parastatali, non governative e private (ad esempio le imprese) chiamate a risolvere i problemi sollevati dall'azione collettiva per assumere la responsabilità del benessere dei cittadini. Il consumo può divenire un luogo d'incontro per l'azione politica offrendo agli individui l'occasione di accesso a pratiche di *policy making* di solito precluse alla partecipazione dei cittadini. Al pari della società civile, afferma Micheletti (2010), il consumo critico rappresenta "un nome in codice che serve ad indicare quelle persone che si assumono la responsabilità della propria vita" (Philips, 1999, p. 59). Così che le nostre azioni private influiscono sulle preoccupazioni pubbliche a livello locale e mondiale. Per Saul Alinsky (attivista politico americano) "si rivendica una giusta indignazione morale solo quando serve al proprio scopo". *Un senso morale che si forma all'interno della propria famiglia dove l'indignazione che nasce per difendere i problemi personali è il punto di partenza per ogni azione collettiva. I cittadini riflessivi stanno "scoprendo un modo per amalgamare creativamente consuetudini, esperienze di vita e significati che in precedenza erano separati attraverso le istituzioni politiche, economiche e culturali" in un investimento socialmente responsabile* (Micheletti, 2010, p. 227). Relazioni tra oggetti o attori-soggetti in cui la rete virtuale ha assunto un gran peso per la partecipazione di movimenti sociali e politici secondo tre azioni⁸:

❖ *hybrid mobilization movement* (movimenti di mobilitazione ibridi) cioè istituzioni partitiche, ma anche movimenti sociali, che usano la rete come una tra le opzioni di comunicazione, così come accadeva per i movimenti sociali nati con le prime applicazioni di rete su larga scala web 1.0 (costituisce un esempio il Popolo di Seattle)⁹.

❖ *movimenti antagonisti* in cui si assiste ad una ri-strutturazione a livello comunicativo di numerose ONG (già a partire dalla fine degli anni Novanta del secolo scorso, sino ai primi anni del Duemila). E' il caso dunque di soggetti ma anche comunità che nati e sviluppati nel mondo off line, attraverso azioni e mobilitazioni, si ridisegnano nel virtuale attraverso gli strumenti della rete così da comunicare/informare (comunicarsi) tra i membri a costi bassi in modo agevole e veloce. Sviluppando comunicazioni efficaci e a volte ridondanti nel

⁸ Cfr. Bennett L.W., (2008a), *Civic Learning in Changing Democracies: Challenges for Citizenship and Civic Education*, in Peter Dahlgren (Ed.), *Young Citizens and New Media: Learning and Democratic Engagement*, Routledge, New York; Bennett L. W., (2008), *Civic life online: learning how digital media can engage youth*, the MIT Press, Massachusetts

⁹ "Il popolo di Seattle è un movimento no-global o movimento anti-globalizzazione (o anche, per antonomasia, il movimento) sono locuzioni nate nella stampa italiana per indicare un insieme internazionale di gruppi, organizzazioni non governative, associazioni e singoli individui relativamente eterogenei dal punto di vista politico ed accomunati dalla critica all'attuale sistema economico neoliberista, la cui prima comparsa si ritiene comunemente avvenuta intorno al 1999 in occasione della Conferenza Ministeriale della WTO (l'Organizzazione Mondiale del Commercio) a Seattle negli Stati Uniti. Di quello che è stato inizialmente chiamato "popolo di Seattle" non è mai stata data una denominazione unica, data l'enorme varietà e complessità delle organizzazioni che a Seattle si sono incontrate. In altri paesi infatti non si è data una denominazione unica ad un tale insieme di elementi di natura tanto eterogenea, oppure sono state usate altre espressioni". Cfr. http://it.wikipedia.org/wiki/Movimento_no-global.

tentativo di sensibilizzare e conquistare l'audience esterna attraverso campagne mirate.

I partiti politici, invece, intendono le forme di comunicazione che la rete offre come secondarie, poco incisive, inaffidabili rispetto ad altre pratiche consolidate e note come la comunicazione privata o faccia a faccia tra gli appartenenti, cooptazioni basate sul censo e/o sullo *status* socio-economico, uso dei mezzi di comunicazione di massa tradizionali quali stampa, radio e tv;

❖ *on line information-based movement* (movimenti basati su informazioni on line) che è un *modus* di agire tipico di alcuni movimenti che si sono sviluppati con l'evoluzione delle applicazioni del web e che usano la rete come mezzo di informazione esclusivo (wiki, blog, social network). E' il caso di soggetti politici che, pur ancorati alla dimensione off line (con forti legami con il territorio e/o con le comunità locali), ricorrono alla rete per veicolare informazioni e agevolare l'appartenenza/identificazione con specifici gruppi di azione.

Capitolo quinto e sesto, rapporto tra Stato, mercato, comunicazione, cittadini e società civile. Il fondamento di uno Stato democratico è la comunicazione/informazione che avviene tra le stesse istituzioni ma anche con le associazioni politiche ed i cittadini. Affinché una democrazia funzioni si rende importante che la sfera delle istituzioni politiche sia percepita dai cittadini non come un corpo separato. Il web diviene vero organo di promozione dell'organizzazione e azione (con effetti anche nell'off line)¹⁰ di movimenti che spesso sono legati al territorio e in grado di usare gli strumenti messi a disposizione dalla rete per potenziare comunicazione, rafforzare il gruppo degli aderenti o anche allargarlo, per proporre o discutere novità, realizzando iniziative e dimostrazioni off line a bassi costi.

❖ Nei *digital network-centered movement* (movimenti nati nei network digitali) si assiste ad un uso della rete come ambiente per l'attivismo politico, in cui prendono forma duali azioni, interne/esterne al movimento, con proprie caratteristiche, usando strumenti e possibilità comunicative attraverso i siti di social network. Consapevolezza che è messa in rete attraverso i media sociali che costituiscono un enorme palcoscenico (digitale) dove noi costruiamo il nostro ruolo sociale in maniera rigorosamente scrupolosa: scelta della foto del profilo, scelta degli interessi da inserire nel profilo, scelta delle applicazioni da usare, del linguaggio da usare, ma anche scelta del criterio con cui accettare inviti da amici o estranei che vorrebbero intessere relazioni on line. Capitale sociale e bene comune si identificano nell'impegno di persone che si dedicano alla creazione di un mondo più vivibile, migliorabile per le generazioni attuali come per quelle future. Persone, "creatori attivi di una nuova cultura" (Cheli, Montecucco, 2009) che nell'esprimere il proprio interesse per la vita del pianeta,

¹⁰ Esempi significativi di organizzazione e azioni di promozioni sono possibili da rilevare nei *meet up* per la campagna elettorale di Howard Dean avvenuta nel 2004 (Flanagin *et al.*, 2009) e in Italia quella dei "Grillini" e di Beppe Grillo (Di Gennaro e Pepe, 2009). Entrambi questi casi rappresentano l'evoluzione di movimenti legati al territorio (sia per la ricerca del consenso, la scelta dei temi in agenda, definizione di specifici messaggi, realizzazione di azioni specifiche).

attraverso pratiche di consumo responsabile/sostenibile/critico, svolgono azioni sensibili per uno stile di vita più sano e consapevole. *Il capitale sociale diviene "cultura condivisa". Cultura intesa come "abitudine etica ereditata" che è la fonte della fiducia e costituisce il capitale sociale* (Fukuyama, 1996). Il problema è che il capitale sociale che era tipico delle società tradizionali su piccola scala è messo in crisi dalla modernizzazione (Coleman, 1990, p. 652)¹¹. Evidenziando come la modernità in cui viviamo non riesca a (ri)produrre alcune delle risorse di integrazione di cui necessita, sprecandone altre. Già Habermas evidenziava come il "capitalismo vive di risorse culturali" che trova in forme precedenti di società e che consuma senza essere in grado di riprodurle (1976). *Si rende necessaria una "cittadinanza culturale", per cui il senso di appartenenza e responsabilità assieme a quello di passioni ed emozioni sono aspetti inseparabili*. Culture creative "*Creatives culture*" (Ray, Anderson, 2001; Cheli, Montecucco, 2009) di cittadini attenti e sensibili ai problemi del mondo, come possono essere le tematiche ambientali, l'ecosistema, ma anche la crescita sociale, l'equità e le pari dignità. Una cultura creativa di cittadini che si impegnano per migliorare la società in cui viviamo. Forme che si sono ancorate in breve tempo nelle coscienze individuali e collettive. Emerge un modo altro di (ri)pensare la *citizenship*, l'agire politico come la produzione/fruizione di condivisione dei testi in Rete. Lance W. Bennett (2008), direttore del *Center for Communication and Civic Engagement* dell'Università di Whashington, distingue paradigmi differenti di cittadinanza: quello orientato al governo attraverso i partiti (modello D.C. "*Dutiful Citizenship*"). Lì dove la politica ma anche il politico tendono sempre più a pubblicizzarsi ed a personalizzarsi e vi è l'obbligo di partecipare ad attività centrate di governo. Il voto rimane l'atto centrale del processo democratico, mentre le informazioni sono ottenute attraverso i mass media e le opinioni della società civile sono mediate dai partiti politici. L'altro, (modello S.A.C. "*Self Actualizing Citizenship*"), per cui i pubblici attivi che seguono *news* ed eventi percepiscono un minor senso di obbligo nei confronti del governo, il voto diviene meno significativo per una (s)fiducia nei media e nei politici. Vengono favorite le reti di azione comunitaria spesso stabilite o sostenute attraverso le amicizie o relazioni tra pari e sottili legami gestiti da tecnologie informatiche interattive. Istituzioni e società civile si muovono su spazi comuni ove potere esprimere comportamenti e iniziative individuali forti di un significato sociale e politico nuovi. Azioni di consumerismo, comunità di volontariato o attivismo transazionale, non si disegnano più su posizioni asimmetriche di potere. L'organizzazione è invece una "nuova politica populista" (Hewitt, 2005). *Cioè una cultura pop (intesa come popolare) che dal basso spinge verso argomenti di un interesse ben più forti di quelli dettati dalle forme di governo. In cui prende forma una cultura marginale, una controcultura sulla cultura dominante che lotta contro un totalitarismo scientifico e di mercato nel divario generazionale tra giovani che tentano di esprimere la loro dura vita, il controllo delle forze pubbliche e di mercato, e la gente che tenta di alzare nuove barriere nella dura lotta sociale* (Everard, 2000). *Una compartecipazione per cui consumatori critici rivestono individualmente e collettivamente un ruolo centrale nel dibattito sulla responsabilità, per la responsabilità* (Micheletti, 2010, p. 60).

¹¹ Per Nisbet, Coleman ricorda Weber nel processo di razionalizzazione, "l'erede dei classici della sociologia" che hanno costruito le categorie della modernità per differenza (1977).

Un'intelligenza collettiva per cui il consumo è diventato un processo collettivo in cui ognuno di noi è chiamato a contribuire alla conversazione globale accelerando così la circolarità dei contenuti mediali. *I social media divengono luogo di boicottaggi efficaci e riusciti*, gestendo i rischi della società, per cui gli strumenti di comunicazione permettono maggiore trasparenza, divenendo strumento di controllo riflessivo della società, dando luogo sia da parte dei cittadini-consumatori, che dei produttori, a stili di vita sostenibili. *Un'individualizzazione, in cui i cittadini-consumatori integrano le preoccupazioni personali a quelle pubbliche e della società, non rinunciando totalmente agli interessi personali. Il consumo critico sta diventando un modo di fare politica nel mondo globalizzato, post moderno, orientato alla governance e individualizzato* (Micheletti, 2010, p. 209). *La democrazia diviene di qualità quando sussiste una cittadinanza informata, critica, in grado di esprimere opinioni consapevoli* (Segatti, 2004). La politica però non scompare ma si privatizza, individualizza, frammenta e si compone in una pluralità di relazioni sociali andando oltre le limitazioni imposte dal sistema politico tradizionale. Principalmente per le accresciute possibilità di espressione sociale e politiche (van Deth, 2001). *La partecipazione sociale si costituisce in un consumerismo politico che si struttura all'interno di reti non gerarchiche in cui si sviluppano azioni individuali attraverso il social networking* (Norris, 2002). In un contesto più ampio di educazione e promozione della cittadinanza alla cultura partecipativa (Freschi, 2009) *i cittadini-consumatori preferiscono spazi on line autorganizzati e non istituzionali più che quelli di e-democracy istituzionali*. Mercato e società civile si muovono verso una "felicità" misurabili ora da indicatori capaci di cogliere gli aspetti del vivere, per un ritorno alla centralità delle relazioni. Andando oltre il Pil ("Il Pil misura tutto tranne ciò che rende la vita degna di essere vissuta" diceva già, in un famoso discorso, Bob Kennedy negli anni sessanta e ripreso nel VII rapporto di "Quars" *Indice di Qualità dello Sviluppo Regionale*). Rimettendo in discussione gli indicatori necessari per guidare e monitorare le politiche pubbliche¹². Cultura e pratiche, *capability*, che Amartya Sen fa coincidere con "sviluppo [...] di espansione delle libertà reali godute dagli esseri umani"¹³. Non a caso oggi si cerca di capire quale sarà l'impatto della trasformazione delle pratiche della comunicazione introdotta dai media sociali e in generale dal world wide web sullo spazio pubblico.

¹² Sotto la spinta dell'allora capo statistico Enrico Giovannini (oggi presidente dell'ISTAT) e' stato quindi lanciato il "Global Project for measuring the progress of societies", un ambizioso progetto per la ridefinizione a scala globale degli indicatori da utilizzare per monitorare il benessere, lo sviluppo, la qualità della vita.

¹³ Per cui l'adozione di indici e indicatori che misurassero il benessere delle persone. nel 2004 l'OCSE aveva riunito a Palermo il primo "Forum mondiale sugli indicatori chiave. *Statistics, Knowledge and Policy*" che rimetteva al centro del dibattito la rilevanza politica dell'uso degli indicatori e della statistica come fondamentale elemento di conoscenza indispensabile per guidare l'azione dei Governi.

CAPITOLO PRIMO

I PUBBLICI CONNESSI E L'IMPEGNO CIVICO

I responsabili politici di tutta Europa sono oggi alle prese con un vero paradosso: da un lato, gli Europei chiedono loro di risolvere i grandi problemi della nostra società, dall'altro, questi stessi cittadini nutrono sempre minor fiducia nelle istituzioni e nelle politiche che queste adottano, o finiscono per disinteressarsene.
(“La Governance Europea. Un libro bianco”, Commissione Comunità Europee, Bruxelles, 2001)

1.1 Pubblici connessi e impegno civico sui social media

[...] “Abbiamo bisogno di una nuova civilizzazione, perché la società com'è oggi va cambiata, va migliorata. Nella nostra Costituzione ci sono dei diritti, ma la Costituzione è stata scritta molti anni fa, abbiamo bisogno di introdurre nella Costituzione nuovi diritti. Quindi ho chiesto a Simone Veil di fare una Commissione per aiutarci a capire quali sono i nuovi diritti da inserire nella Costituzione. Però, enunciare dei diritti non è sufficiente, perché poi dobbiamo anche avere le politiche, e migliorare le politiche, ma se guardiamo le misure sbagliate abbiamo le politiche sbagliate. Esiste un divario crescente tra quello che i cittadini sentono sia la loro vita e quello che le statistiche macroeconomiche ci dicono. Se non colmiamo questo gap, nessuno crederà più alle statistiche, e di che parleremo? Quindi ho chiesto a Joseph Stiglitz di organizzare una Commissione [...]”. (Rapporto Stiglitz)

«Ecco cosa fanno i blogger. Si accorgono di qualcosa di importante nelle notizie o di qualcosa che i media tradizionali non hanno trattato o hanno trattato poco. Pensano che questo qualcosa sia importante. Quindi gli danno una seconda (o prima) vita. E ne parlano. Poi altri ancora ne parlano. Prima che tu possa rendertene conto, la questione è finita in prima pagina»

(Washington Post, www.washingtonpost.com/wp-dyn/articles/A7835-2004Aug17.html)

Se già per Adam Smith lo spazio lasciato libero dallo Stato veniva occupato dal singolo individuo per specifici interessi economici, oggi quest'individuo è sottoposto alla morale kantiana in modo autonomo. Tale slittamento di significato è reso possibile da una mutazione sociale: dall'affermazione sulla scena sociale dell'individuo autonomo, maturo, proprietario, capace di entrare in relazione con gli altri per contrattare e definire l'interesse comune (Rinaldi, 2000, p.4). Soprattutto da quando l'opinione pubblica si è legata all'affermazione dell'individuo e della società civile e questa si è costituita come rete di interazione. Con opinione pubblica non si vuole certo riferire ad un'opinione di massa ma ad *un'opinione consapevole e responsabile*, che sa dividersi e comporsi al fine di trovare un orientamento. Per una più chiara definizione è interessante la distinzione classica tra “opinione pubblica” e “opinione popolare”. La prima è “un'opinione dei pubblici su cose pubbliche (non su tutto) alla quale non si chiede razionalità ma autonomia. La seconda è semplicemente un'opinione diffusa, di successo che non è sottoposta a

nessuna condizione, salvo quella di far numero. Dunque guai a confondere le due cose [...] il cittadino esprime, e si esprime su un'opinione pubblica, mentre il sub-cittadino, che nemmeno si interessa della sua città, si esprime in un'opinione di massa" (Sartori, 1999, p. 125). La cultura civica come base di sviluppo e mantenimento delle istituzioni democratiche si esprime principalmente in termini di dialogo che permette l'affermarsi della coscienza di cittadinanza. A tal proposito Bobbio afferma (1999, p. 348):

"L'individuo dunque come fondamento etico della democrazia"¹⁴. Ma quale individuo? La risposta che si ricava da tutta la tradizione del pensiero democratico è una sola: l'individuo razionale, razionale nel senso di essere in grado di valutare le conseguenze non soltanto immediate ma anche future delle proprie azioni, e quindi di valutare i propri interessi in relazione agli interessi degli altri, [...] un equilibrio instabile ma sempre possibile di essere ristabilito attraverso la logica, caratteristica di un regime democratico, del compromesso".

E' nella democrazia la possibilità di un meta discorso, innanzitutto, che va oltre ogni eventuale conflitto, nell'unione dei partecipanti alla difesa comune delle regole del discorso, regole della convivenza democratica. La cultura civica democratica pertanto non può essere imposta dall'alto, né si è sviluppata in tempi storici rapidi. Pur se un'evidente accelerazione si è avuta con i media elettronici, ambienti intelligenti e interconnessi. Non più singoli individui ma una *moltitudine consapevole, corresponsabile e compartecipe*. Infondo individuo, razionalità, morale, come processo di costituzione della società civile è stato favorito dall'affermarsi della stampa, per cui l'individuo liberaldemocratico può essere identificato e identificabile già con "l'uomo guttemberghiano" (McLuhan, 1991). Se poi la cultura civica storicamente ha necessitato di un lento sviluppo spontaneo, in Italia gli studi di Putnam (1993) hanno fornito risultati empirici dei processi storici e lo sviluppo della cultura civica, mettendo in luce come la *civicness* (il civismo) sia maggiormente sviluppata nelle regioni italiane dove si è assistito ad uno sviluppo spontaneo dell'individualismo e della società civile fin dal medioevo. I social network di fatto pongono nuovi quesiti in merito agli

¹⁴ Pur intendendo la "democrazia" come quella forma di governo caratterizzata da un'attiva partecipazione del popolo alla vita politica di un Paese. Dal momento che, però, questa partecipazione non può essere continua (non ci può sempre essere una "democrazia diretta"), nei sistemi democratici di oggi è necessaria la mediazione di particolari organismi che rappresentano i cittadini e che possono orientare le loro attività e le loro scelte politiche: tali organismi sono i partiti politici, che costituiscono l'anello di congiunzione tra le istituzioni rappresentative (il Parlamento) e la volontà popolare; Sennett sottolinea che nonostante "nelle forme burocratiche di autorità i subordinati credono che le istituzioni assumeranno la responsabilità al posto loro" [...] "la grande burocrazia può creare legami ma anche diventare una catena". Una "gabbia di acciaio", per come la intendeva Max Weber, nel senso che le istituzioni dell'economia e della società civile, del suo tempo, imitavano quella che era la struttura sociale dell'esercito per garantire l'integrazione sociale e l'obbedienza all'autorità. "La gabbia d'acciaio era tanto una prigione quanto una casa". Cfr. R. Sennett., 2006, *La cultura del nuovo capitalismo*, Il Mulino, Milano. Di fatto per Weber c'è chi vive per la politica ed è animato da una vera vocazione, dall'altra quelli che vivono della politica e che quindi la usano come fonte di guadagni, fino a divenire parassiti della società. "In Italia, purtroppo, la propensione a vivere della politica è più lunga che negli altri Paesi occidentali. L'eccessiva presenza dei partiti nella vita pubblica e gli estenuanti processi burocratici sono tra le cause principali del disagio dei cittadini, che si concretizza in un sempre maggior distacco dalle istituzioni". Cfr. N. J. Smelser, 1995, *Manuale di sociologia*, il Mulino, Bologna.

effetti della comunicazione sul comportamento di una società civile che ora può comunicare al di là di ogni spazio o tempo (alla pragmatica). In particolare perché i social networks, siti, blog, più in generale la Rete di connessione virtuale, è divenuta talmente pervasiva nella sua estensione, da poter essere ritenuta un secondo ambiente di relazione sociale. Rilevante allo stesso modo di un ambiente reale. Nel suggerimento di Mazzoli di riprendere gli studi di Paul Watzlawick della Scuola di Paola Alto, bisogna intendere le percezioni umane come funzioni/relazioni cui partecipa l'uomo in modo consapevole. Rapporti interpersonali che possono essere influenzati dal comportamento di ogni altra persona (retroazioni). Una traslazione tra un mondo on line ed uno off line in cui narrare il proprio sé in base all'idea che vogliamo dare di noi e allo stesso tempo secondo l'idea che gli altri hanno di noi. In quella *metacomunicazione* che avviene tra relazioni che classificano la comunicazione, in un mondo in cui non si può non comunicare. Relazione che dipende dalla punteggiatura, dalle sequenze comunicative tra i partecipanti. Una comunicazione in cui non a caso gli assi spazio-temporali sono spostati nell'infinita possibilità di rapporti comunicativi che non riflettono più, solo e necessariamente una comunicazione del "qui ed ora" (*hic et nunc*) come in passato. Uno "stimolo", "rinforzo", "risposta" che può avvenire nel gruppo di pari come tra utenti ed istituzioni (o tra soggetti e coloro che si pongono un ruolo istituzionale anche all'interno dei social networks). In uno spazio di comunicazione che seppur ancora aderente alle logiche simmetriche e asimmetriche tra i partecipanti, offre la possibilità di forte aggregazione comunicativa che non è sempre possibile nella vita reale. La cornice quotidiana (*frame*) compresa all'interno di rituali dell'interazione socialmente appresi descritti da Erving Goffman, sono oggi compresi in "*frame mediali*" che hanno acquisito dimensione sociale. Questi ultimi hanno diversi legami con i *frame* della vita reale. Strutture primarie private e strutture primarie sociali sono le rappresentazioni più utili nel descrivere ciò che faremmo nella vita reale con ciò che facciamo in rete nei mondi digitali. Nella possibilità che ogni soggetto ha di mappare i propri spazi simbolici e sociali autonomamente e globalmente. "*La cultura contemporanea vorrebbe allo stesso tempo moltiplicare i propri media ed eliminare ogni traccia di mediazione, vorrebbe cancellare i propri media nel momento stesso in cui li moltiplica*" (Bolter, Grusin, 2003, p. 27). I social networks, così come gli strumenti di Internet, sono pensati per affrontare la sfida della "trasparenza", divenendo da un lato un modo altro delle comunicazione faccia a faccia e dall'altro relazioni reali che, in qualche modo, rispettano il nostro vivere quotidiano. Per cui la dicotomia pubblico-privato (rifacendosi agli studi su diritto e politica del diciannovesimo secolo) è da considerarsi anche quella tra stato e società civile¹⁵. E' a iniziare dal diciannovesimo secolo che i confini che separano il pubblico dal privato sono divenuti più oscuri. Di fatto gli stati hanno assunto un ruolo "interventista" perseguendo politiche tese a regolare l'attività economica. Le istanze dei cittadini non riescono più a trovare soluzione nelle politiche applicate dagli stati-

¹⁵ I pensatori della prima modernità utilizzavano il termine "società civile" con differenti significati, anche in contraddizione tra di loro. Oggi il suo significato è dovuto essenzialmente all'interpretazione di Hegel, secondo cui la "società civile" può essere interpretata come la sfera regolata dal diritto civile e separata dallo stato. Dei privati cittadini, delle imprese e delle relazioni economiche. In base a tale definizione il privato comprende sia la società civile che le relazioni personali.

nazione. Tanto che i privati cittadini si costituiscono in organizzazioni e gruppi di pressione proprio al fine di influenzare la politica dei governi. Una dimensione quella privata comprendente anche le imprese che operano in settori economici e orientate al profitto quanto l'insieme delle relazioni personali/familiari sia informali che sancite dalla legge. La dimensione pubblica attrae a sé una serie di istituzioni statali e parastatali. Ma tra le due dimensioni sono nate e proliferate differenti organizzazioni intermedie come ad esempio *Save the Children*, le società di mutua assistenza (Thompson, 1995, pp. 173-174)¹⁶. La pubblicità di eventi e individui, proprio per i mezzi di comunicazione, è separata da un luogo comune di condivisione. Condividendo una grande quantità di indizi simbolici e visivi. Se da un lato dunque la *visibilità* assume rilevanza nella comunicazione pubblico/privato, dall'altro non si può notare come gli impatti negativi che Habermas riconosce a stampa e tv, per quanto generatori di forme di conversazioni nuove, sono asservite a interessi particolari. Come nell'anomalia del caso italiano, confermando la posizione di Foucault, di dare visibilità ad un numero relativamente piccolo di individui. Un'ostentazione spettacolare del potere, per cui la visibilità funziona come strumento di controllo. Alla fine del ventesimo secolo sono però lo sviluppo di nuove tecnologie a giocare un ruolo di rilievo nella globalizzazione della comunicazione. Soprattutto per la costituzione di reti digitali sempre più sofisticate, capaci di elaborare, immagazzinare, reperire informazioni che circolano in modo internazionale. Negli ultimi anni si è resa sempre più evidente la grande trasformazione della comunicazione che da mainstream, di massa e unidirezionale, coinvolge oggi milioni di persone nella produzione di contenuti. Soprattutto da quando i new media si sono integrati nella *routine* della vita quotidiana di milioni di persone che nel mondo usano, in modo trasversale Internet ed i cellulari, guardano le tv digitali e si informano attraverso i giornali on line; che dalla rete raccolgono informazioni e mantengono relazioni sociali¹⁷. Evidenza che emerge nel momento in cui si osserva la relazione tra comunicazione, innovazione dei media e società. Se si pensa alla sola informazione non si può escludere come la quantità di informazioni oggi disponibili è molto più ampia rispetto al passato, in cui l'accelerata diffusione delle tecnologie informatiche ha permesso anche la fruizione di contenuti informativi nuovi, diretti, frutto maggiormente di chi in prima persona vive una

¹⁶ Nel caso della Grecia classica l'esercizio del potere politico era relativamente visibile. Per i quali l'assemblea costitutiva rappresentava un tipo particolare di sfera pubblica, nella quale la "visibilità" o "pubblicità" del potere si basava sulla possibilità degli individui di partecipare al dibattito con gli altri all'interno di un luogo comune. L'assemblea della Grecia classica era una sfera pubblica cui accedevano in pochi e ammessi esclusivamente gli stranieri maschi con più di venti anni. Un passo in avanti se si pensa che nelle monarchie tradizionali europee del medioevo gli affari di stato venivano amministrati da cerchie di corte chiuse e la pubblicità dell'esaltazione del potere. Solo con lo stato costituzionale si è ridotta l'invisibilità del potere attraverso istituzioni più aperte e tenute a dare conto delle proprie attività. Prima dello sviluppo dei media la conoscenza di individui ed eventi si legava strettamente alla condivisione di uno spazio comune. Tanto che un individuo diveniva pubblico quando avveniva di fronte una pluralità di individui, spettatori confluiti nelle piazze del mercato. Solo con l'avvento dei mezzi di comunicazione di massa si sono avute forme di pubblicità molto diverse. Questa non si lega più alla condivisione di uno stesso luogo. Di un *pubblico senza luogo*. Cfr. J. B. Thompson, (1995), *Mezzi di comunicazione e modernità. Una teoria sociale dei media*, il Mulino, Bologna.

¹⁷ Una recente ricerca (LaRiCA 2008) il 6% della popolazione italiana over 18 ha un blog e il 9,6% ha un profilo su un sito di social network (Myspace, Facebook, Badoo, et altri).

notizia o i fatti. Al di là di qualunque disegualianza nell'accesso e differenti modelli di comprensione. Negli usi dei materiali simbolici e come questi sono incorporati nell'uso della vita quotidiana, incroci ibridi frutto di innumerevoli incroci culturali di incontri tra valori, credenze e forme simboliche. Come nel caso della rivoluzione araba nata in rete ed espressa attraverso uno dei più popolari social network Twitter (con 175 milioni di utenti, l'80% dei quali invia i propri aggiornamenti in modo sistematico) da chi in prima persona viveva i drammatici eventi. Da un punto di vista teorico i contenuti prodotti in rete godono di una serie di proprietà che ne definiscono le possibilità all'interno della comunicazione. In particolare i contenuti generati dagli utenti appaiono persistenti, ricercabili, replicabili e scalabili (boyd, 2009), analizzando l'incrociarsi di queste caratteristiche è possibile comprendere il livello di radicale rottura che comportano rispetto alle forme precedenti di produzione mediale da parte degli spettatori. Proprio per la loro natura digitale questi contenuti, una volta creati, possono essere replicati un numero infinito di volte senza perdere di qualità e possono raggiungere pubblici di dimensioni anche molto grandi senza doversi riconfigurare (scalabilità). L'incrocio di queste quattro proprietà genera uno scenario completamente nuovo per la ricerca sui media e sulle pratiche connesse in quanto permette da un lato di andare alla ricerca dei materiali prodotti (prodotto dalla performatività degli individui) con grande facilità, e dall'altro permette a questi prodotti di raggiungere un pubblico molto più ampio innescando processi di riflessività sempre maggiori. Sperimentando gli sviluppi di persona non si può non condividere l'idea di grandi studiosi di non poter escludere che la società contemporanea si caratterizza come "società dell'informazione". Nella società ove attualmente viviamo non si può ignorare come l'informazione di fatto sia cresciuta in modo esponenziale rispetto anche solo a un decennio fa. Dimostrabile da esperienze quotidiane come le *news* offerte dai mezzi *broadcasting*, *news* della tv digitale, un aumento dell'intensità delle informazioni. Le innovazioni tecnologiche sono state, negli ultimi 20 anni, indicatori visibili delle nuove ere dell'informazione, ove si sono aggiunte a tv via cavo e satellitari, la comunicazione da computer a computer, servizi informativi on line e molti altri. Riprendendo la metafora di Alvin Tofler (1980) potremmo dire che il mondo è stato modellato da 3 ondate di rivoluzione tecnologica: attraversando la rivoluzione agricola, quella industriale e quella informazionale¹⁸. Ma quello che più di ogni altro costruisce e alimenta la comunicazione è il capitale umano. L'incremento delle informazioni riempiono ogni ambito del vivere quotidiano, divenendo tangibile come la cultura contemporanea sia molto più carica di informazioni di quanto non fosse in precedenza. Viviamo in un ambiente così saturo di media che la vita si basa tipicamente sulla simbolizzazione, lo scambio e la ricezione di messaggi. Le identità che si costruiscono on line, inoltre, avvengono attraverso le *home page*,

¹⁸ Ciò ha comportato mutazioni sotto vari punti di osservazione come nel caso del lavoro manuale che ha lasciato ampio spazio a quello creativo. In un mondo contemporaneo in cui l'economia è diretta e rinvigorita da persone la cui caratteristica principale è la capacità di manipolare le informazioni. Così che per esempio molti gestiscono gli affari della società secondo capacità diverse. Tutti gli analisti concordano che gli occupati dell'informazione abbiano attività variegata, ad esempio alcuni si occupano di network finanziari, altri lavorano nel fiorente settore mediatico o in ambito legale, nell'istruzione superiore, contabilità, nelle pubbliche relazioni, nel governo locale, di design e si occupano del valore aggiunto di materiali di uso comune.

il più delle volte contestualizzate in ambiti e in gruppi sociali off line attraverso la descrizione di se stessi, audience implicite e link a siti web di altre persone e altri gruppi. Wellmann (1999) in proposito scrive “trattano la vita on line come un fenomeno sociale isolato. Essi solitamente ignorano il fatto che le persone portano nelle loro interazioni on line bagagli come il loro sesso, il punto della loro vita raggiunto, il livello culturale, lo status socio-economico e i legami off line con altre persone”. La comunicazione mediata dal computer (CMC) è solo uno dei modi con cui le persone possono interagire e portare avanti relazioni (Wellman. 1999). In conseguenza gli utenti della CMC adattano i “loro comportamenti linguistici e testuali alla sollecitazione e alla presentazione del comportamento relazionale e rivelatore in ambito sociale”. La mancanza di un incontro faccia a faccia non rende le relazioni meno reali o significative per coloro che ne sono coinvolti. L’uso e la partecipazione ai media della comunità sono riflesso dell’individuo (Merton, 2000). Già negli anni Settanta studi sui media elettronici dimostravano come l’uso di questi perseguisse spesso fini culturali e politici dando vita oggi, con l’avvento degli ambienti digitali a vere e proprie comunità virtuali on line¹⁹. Fernack sottolinea la natura dinamica delle comunità virtuali “man mano che una società evolve, il concetto di comunità evolve in concomitanza”. “Lasciare una comunità virtuale risulta facile come cambiare canale tv”. Una fluidità che può avere conseguenze, sulla stabilità delle comunità virtuali, ad un livello maggiore di quanto non succeda nelle comunità della vita reale (off line)²⁰. Quattro sono le caratteristiche comuni alle comunità:

- ❖ l’aver dei membri;
- ❖ una organizzazione sociale;
- ❖ un linguaggio e schemi di interazione;
- ❖ cultura e identità comuni.

Queste caratteristiche sono usate per confrontare le comunità virtuali con la vita reale. Una classificazione di tipi ideali secondo cui le comunità virtuali sono descritte come relazioni relativamente libere, disinteressate a considerazioni di tempo e luogo, che contengono una paralingua sviluppata, con composizione pluralistica e eterogenea. Van de Donk (2004) si interroga sulla possibilità che comunità virtuali possano rimpiazzare quelle organiche “reali” e fornire le forze per contrastare gli attuali processi sociali di individualizzazione e frammentazione. Per lo studioso i gruppi elettronici somiglieranno sempre più alle controparti organiche per la struttura e le regole, capaci al più di rimpiazzare le comunità organiche ma non sostituirle. Emerge da diverse ricerche come le comunità on line siano influenzate dal contesto esterno, la struttura temporale, l’infrastruttura del sistema, gli scopi del gruppo e le

¹⁹ Tra i primi a pubblicare le ricerche su comunità virtuali è Benedikt (1991) introducendo un concetto oggi noto come Cyberspace.

²⁰ Nel guardare alla stabilità delle comunità virtuali, Fernback e Thompson sono stati tra i pessimisti sulla possibilità che comunità on line avessero potuto contribuire a dare forza al panorama già frammentato della sfera pubblica

caratteristiche dei partecipanti. Caratteristiche negative per alcuni ricercatori nella definizione delle identità, di relazione, di normativa del gruppo. La comunità virtuale è “discorsiva” poiché perviene all’uso del discorso per un’azione sociale con uno scopo in un luogo pubblico. Importante nel definire la comunità è il concetto di “capitale sociale” rifacendosi agli studi condotti da Putnam (1993). Così Stein, già analizzando la tv ad accesso pubblico principalmente americane, *no profit*, con fini culturali e sociali, dimostra che queste hanno un ruolo sulla comunicazione politica, ospitando una varietà di discorsi democratici: le prime comunità virtuali nate in rete non sono invece legate necessariamente a una località. Lì dove la politica ma anche il politico si pubblicizzano ci dice Hanna Arendt. Di fatto nella realtà aumentata abbondano newsgroup, liste di discussione, siti e blog ideati per dibattere questioni sociali, culturali e politiche. Come nel caso italiano del sito di interesse politico di Beppe Grillo o del più recente Popolo Viola dalle cui pagine si organizzano eventi, incontri e si muovono discussioni sposando un argomento pubblico e il più delle volte dissentendo con le voci che giungono dall’alto in merito. Attraverso una cultura politica che già secondo la scuola politologica di Almond (1963), diviene la congiunzione tra individuo e sistema politico. Verba (1963) definisce la cultura politica “un sistema di credenze empiriche, simboli espressivi e valori che definiscono la situazione in cui l’azione politica prende posto”. Cultura politica che non si lega ad un particolare regime politico esistente, come a determinati valori o comportamenti, poiché tale cultura è possibile riconoscerla nel mondo occidentale come quello islamico, così come le società primitive. La *cultura civica* è un tipo specifico di cultura politica, che si lega fortemente ai sistemi democratici. Essa è di fatto una cultura “né tradizionale né moderna, ma appartenente sia alla tradizione che alla modernità; una cultura pluralista basata sulla comunicazione e sulla persuasione, una cultura del consenso e della diversità, una cultura che ha permesso i cambiamenti, ma li ha moderati” (Almond, Verba, 1963, p. 3). Elemento della cultura civica mediata è che il cittadino ma anche consumatore, nella liquidità dei ruoli (Bauman, 2008), agisce seguendo le regole della competizione politica concependo tali regole come un bene comune superiore. La diffusa cultura civica permette di costituire il mondo della politica come arena del discorso pubblica e razionalmente difesa dalla grande maggioranza dei cittadini-consumatori. Sono questi ultimi, che proprio per via dell’educazione raggiunta sono in grado di applicare il discorso razionale all’ambito politico per cui sviluppare una metanarrazione intorno alle regole dell’agire politico costruendo un ipertesto attraverso le “abilità cognitive” non sempre diffuse che inizialmente si sono formate intorno la prospettiva individualista. Intendendo in quest’ultimo caso un processo che ha interessato inizialmente le società europee e comprende, come suggerisce Lukes (1973), almeno cinque dimensioni:

♦ un valore intrinseco dell’essere umano individuale (rimarcando la centralità dell’individuo sulla classe, la nazione *etc.*, che assumono importanza secondaria);

❖ l'autonomia (poiché le scelte dipendono dall'individuo e non da agenzie intermedie, attraverso una dimensione consapevole e critica e dunque razionale);

❖ la *privacy* (uno spazio privato di esistenza, area inviolabile entro cui l'individuo può pensare e fare ciò che vuole);

❖ la facoltà di svilupparsi da sé (*self development* o auto sviluppo, pone l'accento sul carattere unico e irripetibile dell'individuo);

❖ un processo di autocostruzione che dà luogo ad un'opera unica e la nozione di individuo astratto (un'astrazione delle caratteristiche dell'individuo, mentre la società e lo Stato sono rappresentati come insieme di effettivi o possibili aggiustamenti sociali che rispondono più o meno adeguatamente alle richieste degli individui).

Queste dimensioni sono inoltre fortemente interrelate ed insieme forniscono il moderno concetto di individuo, di cittadino, di consumatore che può, attraverso la comunicazione mediata della rete virtuale, dare ampio spazio ad argomenti/narrazioni, di una società civile che sempre più spesso si esprime in contrapposizione ai poteri dominanti su fatti di pubblico interesse. Produttori/consumatori di contenuto che cercano risposte alla crisi sistemica della società contemporanea. Lì dove le forme di rappresentazione istituzionali, che tradizionalmente si fanno carico delle istanze dei cittadini, non rispondono più a tali istanze, in un sistema politico in cui il mercato detta le proprie regole. Per tale motivo oggi mercato e società civile si muovono insieme per risolvere istanze tese al bene comune come ai beni relazionali. Terreno di coltura della prospettiva individualistica diviene così la società civile. Intendendo dunque per società civile la sfera dei rapporti tra individui, gruppi, classi sociali. Rapporti che si producono al di fuori della sfera del potere delle istituzioni statali. Di fatto la società civile diviene il terreno di conflitti siano essi economici, ideologici, sociali, religiosi e che lo Stato avrebbe il compito di mediare, risolvere. Ma lo Stato che dovrebbe dare una risposta, ha perso in gran parte la sua funzione di mediatore, incapace di trovare soluzioni alle istanze dei cittadini, da quando il mercato è entrato a muovere i fili della politica e il processo di globalizzazione ha ampliato distanze e diseguaglianze.

Nella contrapposizione società civile-stato, per società civile s'indente la sfera dei rapporti tra individui, tra gruppi, tra classi sociali, che si svolgono al di fuori dei rapporti di potere che caratterizzano le istituzioni statali. In altre parole, la società civile viene rappresentata come il terreno dei conflitti economici, ideologici, sociale, religiosi, che lo Stato ha il compito di risolvere o mediandoli o sopprimendoli; come la base da cui partono le domande cui il sistema politico è chiamato a dare una risposta, come il campo delle varie forme di mobilitazione, di associazione, di organizzazione delle forze sociali che muovono verso la conquista del potere politico”
(N. Bobbio, N. Matteucci, 1976)

Attraverso la partecipazione nei media si costituisce un “nuovo paradigma” del senso civico (Bennett, 2008) in cui si ridefiniscono i doveri di una

cittadinanza, che si costruisce in un alto senso individuale di obiettivi, costituendosi intorno gli assi della cultura e le politiche partecipative. Nel primo caso, ripercorrendo Jenkins, significa “una nuova enfasi sul modo in cui le persone agiscono generando i contenuti dei media” (Jenkins, 2006), per le politiche partecipative vuol dire “una rete non gerarchica, informale che si astiene dai tradizionali intermediari politici quali campagne, partiti e gruppi di interesse” (Zukin, 2006).

1.1.2 I pubblici nell'era della convergenza

Henry Jenkins, direttore del Mit di Boston del programma *Comparative Media Studies*, lancia la definizione di “era della convergenza” nel descrivere l'epoca attuale. In cui vecchi e nuovi media collidono. Grandi media e media *grassroots* si intrecciano nella loro possibilità di produzione, mentre il potere destinato un tempo ai soli produttori dei media si confronta sullo stesso terreno, attraverso modalità imprevedibili, con quello dei consumatori. Jenkins (2007) di fatto intravede una serie di dinamiche precorritrici della forma di riconoscimento digitale in cui ci muoviamo e che contribuiscono costantemente a definirle. Di certo l'evidente riferimento alla convergenza dei media che rimanda agli studi di Marshall McLuhan, il quale constatava come i nuovi media non cancellavano i vecchi. Ma rispetto a quest'ultimo si amplia e dirama secondo due imprescindibili punti di vista: convergenza tecnologica e convergenza culturale. Si pensi nel secondo caso a come milioni di persone nel mondo non ricoprono più e solo il ruolo di pubblico anonimo che gravita attorno le comunicazioni di massa ma possono produrre connessione di contenuti per comunicare anche fra di loro. Muta pertanto il senso della posizione che si ricopre nella comunicazione, quando in qualità di consumatori, cittadini, pubblico si distingueva la comunicazione interpersonale da quella dei mass media. Oggi, invece, *lo sviluppo delle tecnologie della comunicazione, e le pratiche a queste legate, modificano non solo l'idea di “amicizia” e “cerchia sociale” come ad esempio avviene in Facebook (il più grande social network con oltre 500 milioni di utenti nel globo), ma anche di consumatore, cittadino, pubblico*. Muta dunque il paradigma comunicativo e ognuno di noi diviene non solo “oggetto” della comunicazione ma il “soggetto” di questa. Si costruisce un equilibrio sociale differente. *La rete coltiva in sé culture differenti che hanno possibilità di interazione, relazionandosi in simbiosi con le forme mainstream*. Essere connessi diviene un atto del vivere quotidiano, abbattendo il muro di accesso delle sole *élite*, per cui larghi strati della popolazione entrano in tali ambienti con i loro desideri di consumo e comunicativi. Nel continuare a ragionare solo su uno dei più importanti social network, Facebook, questo solo in Italia coinvolge più di nove milioni di persone, un valore che permette di comprendere come il limitato uso di tali ambienti a utenti altamente digitalizzati, gli *early adopters*, si sia superato nell'uso di massa di tali strumenti ed i modi di essere connessi. Strati diversi della popolazione accedono per motivazioni differenti ai media che sono percepiti e vissuti non solo nella loro veste di tecnologie, ma come veri e

propri ambienti, luoghi di esperienza quotidiana, che dà forma all'*habitus* cognitivo degli individui, di strutturare relazioni sociali, in variabili spazio temporali variabili (Boccia Artieri, 2004-2009). Jenkins (2007) individua di fatto nella "cultura convergente" una circolarità tra "cultura delle *corporation*" e "cultura dal basso". Insieme di realtà *grassroot* che trovano forma dalla rete come dai siti di social network. Si assiste così ad un cambiamento da quella comunicazione di massa a cui eravamo abituati a ragionare ad una comunicazione orizzontale e di rete, dalle sfumature della comunicazione interpersonale. A mutare è la consapevolezza dei soggetti ora parte integrante delle conversazioni e non più oggetti di questa. Un percezione che avverte ogni soggetto nel suo nuovo ruolo nella comunicazione. I fatti privati divengono essi stessi oggetto di comunicazione pubblica cambiando anche il modo di osservare gli eventi dell'esistenza. Forme di autorappresentazione degli individui nella prospettiva di "diventare media", "*become the media*", che si ricollega all'idea di aver interiorizzato linguaggi e logiche mediali, "forme espressive ed estetiche dei media" tanto da riuscire a "giocarle" nei dispositivi mediali dal lato della produzione (Mazzoli, 2009, p.28). Gli individui hanno imparato, attraverso pratiche di fruizione dei media, ad usare il codice degli stessi media: così da comprendere ciò che è notiziabile e ciò che non lo è. Cercando di rappresentare se stessi in base a come si vorrebbe essere percepiti. Autocomunicazione. Pertanto si può pensare la Rete come ambiente nel quale la dimensione di produzione di contenuti da parte degli individui e le pratiche culturali correlate si intersecano con una realtà che unisce forme riflessive dell'individualità e percorsi collettivi dell'essere in relazione con gli altri: ciò che muta è cioè la percezione dell'essere in relazione a partire dalla messa in connessione delle esperienze attraverso i contenuti che produciamo nei media digitali. Dalle forme di social networking (Ito *et al.*, 2008) a quelle dei "pubblici connessi" (Kazys 2008).

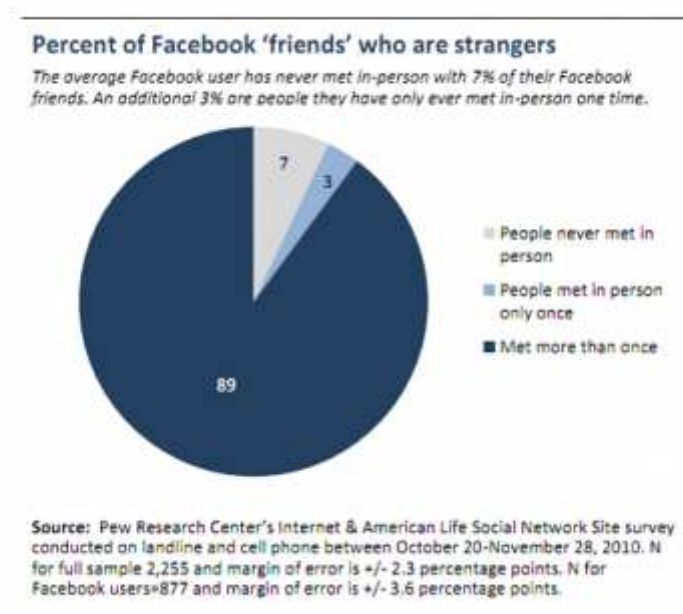
"I pubblici comunicano sempre di più secondo logiche che potremmo definire *bottom up* (dal basso), più che *top down* (dall'alto) oltre che, naturalmente, orizzontalmente tra pari. I pubblici possono reagire, (ri)fare e (ri)distribuire partecipando alla condivisione di cultura e conoscenza attraverso le logiche del discorso e dello scambio oltre che quelle della sola ricezione mediale" (Ito, 2008, p. 3). Dunque i "pubblici connessi" o "*networked publics*", [...] sono la "nuova modalità di connessione digitale tra pratiche culturali, relazioni sociali e tecnologie mediali" (Ito, 2008). Così la "cultura pubblica connessa" (Russel *et al.*, 2008) mostra come forme interpersonali di produzione culturale di ogni individuo può divenire un linguaggio pubblico che partendo "dal basso" può mescolarsi, stimolare, convergere o divergere dai linguaggi di massa. *Accessibilità, ricerca, replicabilità, ricercabilità e messa in connessione divengono le nuove caratteristiche della comunicazione.* Si produce un ambiente mediale in cui si incrociano forme di rappresentazione costruite da professionisti esterni (quelli mainstream) con forme di autorappresentazione (forme veicolate dai media non mainstream), in cui i linguaggi di massa che ci ha idealtipizzato come pubblici/consumatori si rapportano ora con pratiche individuali e collettive tra un senso macro ed uno micro (individuale). Nel gennaio 2008, quando ho iniziato a raccogliere articoli di varia natura sull'allora

emergente realtà aumentata almeno nel panorama italiano, e le varie piattaforme che si affacciavano anche in Italia, come nel caso di Facebook che registrava a livello nazionale appena 216mila iscritti, alcune testate nazionali dubitavano della sua persistenza nel tempo. Trovando poi smentita dagli stessi iscritti che nel 2009 erano già sui nove milioni di persone. Un fenomeno di massa che ha prodotto delle mutazioni anche a livello qualitativo. Oggi Facebook come tanti siti di social network sono divenuti “scorciatoie sociali invisibili” che grazie alle “amicizie” (*friend*), cioè di ogni profilo connesso al nostro, mettono in connessione profili visibili seppur con differenti gradi di *privacy* ai propri amici, alle reti a cui appartieni, di cui fanno parte sia persone che si conosce bene come semiconosciuti che per motivi differenti vogliono entrar a far parte della cerchia degli amici. La natura di social network come Facebook permette così di costruire una piccola realtà molto estesa. Tra attività di intrattenimento di relazioni deboli capaci di garantire “socievolezza” che Simmel (1976) probabilmente direbbe “acquistano una vita propria e libera da ogni legame”. Social networks che permettono pratiche ad *hoc*: *il profilo* (auto rappresentazione pubblica riappropriandosi del modo di rappresentare se stessi in pubblico), *gli amici* (*friends*, che nel caso delle generazioni più giovani sono quasi sempre gruppi di pari, a cui rivolgersi come potenziale audience immaginata) e *le conversazioni* (che avvengono spesso in uno stato di intimità digitale nel pensarci all’interno del rapporto del pubblico con il privato). Contenuti che si incrociano tra comunicazioni sincrone e asincrone che non seguono più le vecchie logiche della comunicazione di massa uno a molti, ma diviene uno a uno o meglio molti a molti. Potendo leggere contenuti privi a volte di segnali sociali a cui si è abituati nelle conversazioni che si affrontano con amici o meno nelle conversazioni off line. Nell’intimità digitale, sottolinea Boccia Artieri (2009), si possono vivere forti condivisioni emotive senza l’apertura a relazioni profonde. Qui parlare di culture partecipative vuol dire porre forza sui modi in cui i soggetti agiscono sui contenuti mediali: gioco, *performance*, espressività e collaborazione (Jenkins, 2007). “Una cultura partecipativa è una cultura con barriere relativamente basse per espressione artistica e impegno civico”, dice Jenkins (2010, p.57), così che questa può fornire “*un forte sostegno alle attività di produzione e condivisione della creazione e prevede una qualche forma di mentorship informale, secondo la quale i partecipanti più esperti condividono conoscenza con gli altri*”. Un *empowerment* dei cittadini che trovano nella Rete uno spazio inclusivo e partecipativo, incrocio di culture differenti, dove narrare la realtà, condividere ideali e interessi, costruire relazioni importanti, in cui poter perseguire il bene comune. Sia esso sociale ma anche ambientale o culturale. Dando voce alle istanze che dal basso emergono e che attraverso la Rete cercano forme ai processi decisionali, un modello di *governance* in cui interagire nella definizione delle politiche (*governing without government*). Interrelazione di sistema che utilizzano un insieme di strumenti per l’elaborazione e lo sviluppo delle *policies* caratterizzati da maggiore trasparenza dei processi decisionali, con apertura e coinvolgimento degli *stakeholders* (portatori di interessi) multipli, come forme di *global governance* alimentata dai poteri sociali che, attraverso la rete di organizzazioni non governative sono riusciti a far valere tutele dei diritti difficilmente perseguibili in

ordinamenti nazionali non ispirati ai principi della democrazia o dagli stati impegnati a volte nella difesa della loro sovranità nazionale²¹.

Pew Research ha pubblicato un nuovo rapporto di 85 pagine che analizza i Social Network

E' il secondo studio sulle abitudini degli utenti dei social network e i risultati su come l'utente medio di Facebook ha 56 amici di scuola superiore. Sorprendente è constatare che gli utenti di Facebook sono geek difficilmente impegnati socialmente. Piuttosto, sono fiduciosi nel prossimo, hanno un gran numero di amici intimi e dimostrano un alto impegno civico. Questo è in netto contrasto con la percezione comune che le attività sui Social Network tolgano amicizie o interazioni dal mondo reale. Sono i risultati a cui è giunto il professore Keith Hampton dell'Università della Pennsylvania.



Ulteriore scoperta è che l'utente standard ha in media 229 amici e non ha mai incontrato il 7% dei suoi amici Facebook nella vita reale, il che significa che in media circa 16 persone che appaiono nell'elenco amici sono in realtà degli

²¹ Nel "Libro bianco" sulla *governance* presentato dalla Commissione europea nel luglio del 2001 sono state delineate regole, procedimenti e prassi per promuovere efficacia ed efficienza nell'esercizio dei poteri dell'Unione e far assumere un ruolo più forte alle componenti della società civile. Partendo dalla constatazione del lamentato deficit democratico (o della crescente percezione di esso da parte dei cittadini) e del complesso operare delle istituzioni dell'Unione, la Commissione europea ha aperto un dibattito proponendo strumenti e procedimenti decisionali che affermassero una maggiore trasparenza e un più ampio spazio alla consultazione.

estranei. Ulteriore dato sulla cerchia di amicizie è che l'utente standard ha incontrato il 3% degli amici in lista (circa 7 persone) solo una volta.

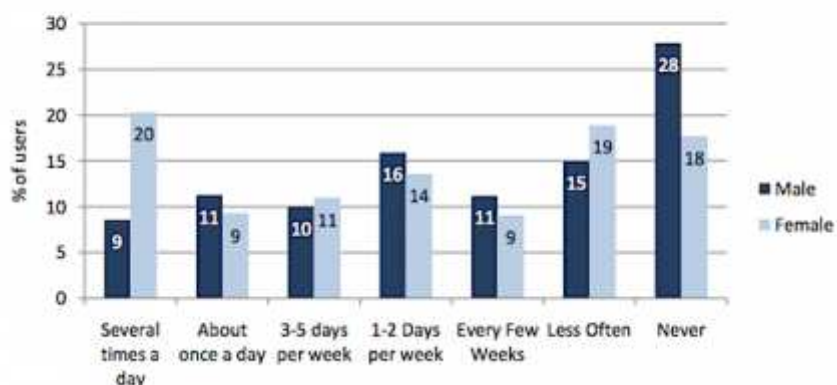
Facebook, in un dato giorno :

- il 15% degli utenti di Facebook aggiorna il proprio stato;
- il 22% dei commenti è su un altro post o aggiornamento di stato;
- il 20% dei commenti viene pubblicato sulle foto di un altro utente;
- Il 26% dei 'Like' è sul contenuto di un altro utente;
- Il 10% degli utenti invia a un altro utente un messaggio privato

Cliccare "like" sul contenuto di un altro utente è l'attività più frequente su Facebook. "Non richiede un grande impegno ed è la cosa più semplice da fare", ha dichiarato Keith Hampton, autore principale dello studio. "Il like è un modo per segnalare agli amici che sono là fuori, che siamo a conoscenza di ciò che hanno scritto e/o pubblicato".

Frequency of "liking" content on Facebook by sex

% of Facebook users of each sex who "like" content on Facebook with the following frequency. For instance, 9% of male Facebook users "like" content on Facebook several times a day.



MySpace: è il secondo Social Network e le persone che visitano regolarmente il sito tendono ad essere aperte. In proporzione, gli utenti di MySpace hanno maggiori probabilità di provenire da aree urbane, d'essere di sesso maschile e di destra. Il report fornisce anche l'età media del Social Network e dimostra che è in crescita. L'età media degli utenti adulti si è spostata da 33 anni nel 2008 a 38 nel 2010. E' una tendenza simile ma non identica a quella di Facebook.

1.2 Pubblici connessi e nuova sfera pubblica

«Se l'obiettivo è stabilire nuove e migliori connessioni con i cittadini, bisogna anche trovare il modo di permettere ai cittadini di interagire e di contribuire alla creazione della conoscenza sociale [...] e non solo costruire dei consumatori della conoscenza di intellettuali che si immaginano se stessi come "pubblici" e il cui scopo è solo "persuadere". [...] Non sto dicendo, alla Monty Python, che "siamo tutti intellettuali". Anzi, sto dicendo che la distinzione tra "l'intellettuale" e il cittadino è spesso esagerata e tende a essere antidemocratica, assegnando alla massa il ruolo di spettatore passivo in moltissimi dibattiti sociali.»

(Tim Dunlop, evatt.labor.net.au/publications/papers/91.html)

Affrontare un ragionamento biunivoco di incroci dialettici tra sistemi sociali e soggettività, tra una struttura ed una sovrastruttura, tra evoluzione culturale e tradizione, per una politica di vita tesa all'*happines*, ad una felicità intesa come perseguimento dei beni comuni, nell'incrocio di realtà intersecanti non può essere più sufficientemente sintetizzato dall'iconografia che per Hobbes rappresentava lo Stato-nazione, per cui l'apparato statale era raffigurato nel mostruoso gigante, il "Leviatano", costituito da piccole parti che rappresentavano le interiora divise dai corpi delle persone (i cittadini dello Stato)²². Un'iconografia usata per descrivere un macro ed un micro che anche per Mazzoli (2009) non si rende più necessaria per comprendere come questi due livelli siano oggi di fatto incrociabili. Un passaggio avvenuto nella "tardo modernità" o "postmodernità" per cui i livelli macro e micro divengono piani convergenti di un mondo che sfugge da differenti paradigmi che andavano bene nel passato e che oggi sembrano essere fortemente in crisi, come quello sullo Stato-nazione. La fine delle grandi narrazioni, come delle grandi ideologie, dei sistemi politici e delle utopie del Novecento, la loro fragilità ha scardinato i loro confini, siano essi politici, culturali, geografici e comunicativi. Così che se si è assistito da un lato ad un lento decadimento delle vecchie forme di certezza, si è potuto osservare con grande rapidità l'evoluzione di una rete di comunicazione che ha permesso di mettere in relazione persone, idee, ideali,

²² Allontanandosi dalla tradizione classica dell'antropologia politica, per Hobbes, l'uomo decide di convivere con i propri simili non per affiliazione o piacere ma spinto dai benefici che ciò li può procurare rispetto ad ogni altra situazione che negherebbe ogni sicurezza. Infatti, seppur esistono differenze a livello di forza fisica tra gli individui, non sono tali da garantire la sicurezza neanche del più forte. L'uomo al di fuori dello Stato è uguale ai propri simili. La condizione dell'uomo prima della cultura era il caos (lo scontro di tutti contro tutti). Il potere a cui i sovrani o uno Stato fa ricorso è infondo la parte negativa a cui ogni suddito o individuo ha rinunciato per rimanere in vita. E' in quanto negativo che il Leviatano ha delle caratteristiche ben lontane da quelle di un cittadino modello, ma governa poiché detentore di violenza e del terrore verso tutti. Per Hobbes il Potere possiede due facce contrapposte: • l'una è quella sin qui esaminata del Leviatano (forza ordinatrice, capace di piegare il caos al volere e ai bisogni della comunità) • l'altra è quella di Behemoth il distruttore, la violenza, generatore di discordie e distruttore dello Stato. Entrambi sono presenti e attivi, immagini speculari del potere e della violenza degli uomini. L'ombra della morte è però sempre presente, anche nella politica, per la minaccia continua della violenza. L'importanza di un sistema democratico è sostanzialmente nel fatto che «[...] L'avversario battuto nella votazione [...] si limita a dichiararsi sconfitto [...] giacché non gli accade nulla di male [...] nessuno dei suoi è stato ucciso» (Cfr E. Canetti, *Massa e potere*). Alla fine di un conflitto democratico si contano i voti mentre il perdente ha la possibilità di ripresentarsi nuovamente e il conflitto è solo un simbolo. L'uomo forte, il Leviatano, è pronto a cercare una soluzione per i suoi sudditi e "dietro ogni forma di investitura popolare risiede lo spettro della comunità vissuta come organismo, come entità etica"

facendo convergere il tutto nel “cosmo socio semiotico che è la rete” (Mazzoli, 2009). Una convergenza che si può ben notare anche in politica, per cui tra le definizioni importanti da esplicitare vi è quello di cittadinanza. Un concetto che ha perso valenza già con le grandi ondate migratorie che, per la caduta delle vecchie immaginarie barriere divisorie dei Paesi, hanno investito l'Europa così come l'Italia. Indebolito la capacità di riconoscersi in una storia condivisa e in progetti politici comuni, in comunità culturali, che idealmente hanno abitato l'immaginario della gente, nella loro memoria collettiva. L'impossibilità di vivere il mondo che ci circonda senza evidenti contraddizioni diviene quasi impossibile soprattutto per non riconoscerlo più in una grande narrazione. La lingua rimane l'unico incastro della cultura contro un mondo che ci vorrebbe tutti d'accordo e uguali, pedina attraverso cui guadagnare il proprio spazio nell'immaginario collettivo ricomponendo simboli e idee.

Una disgregazione/ricomposizione dell'immaginario sia individuale che collettivo per cui ogni individuo aderisce a gruppi sociali, stili di vita, idee “come un nomade” (Maffesoli, 2000). Una cultura nomade che permette ai soggetti di aderire in una moltitudine di legami deboli attraverso scelte contraddittorie. Interessante, ma anche complesso, appare il comprendere come oggi i vissuti di ogni singolo individuo e le loro rappresentazioni sono legate alle tecniche dei professionisti della comunicazione, così che sempre più spesso le esperienze vissute dai soggetti non sono reali ma rappresentazioni delle stesse. Come avviene nel grande “globo socio semiotico che è la rete” (Mazzoli, 2010). In cui, a dirla alla Bauman, la società del tessuto socioeconomico, i fenomeni sociali delle metropoli occidentali, è liquida. Una società che viene cercata di indagare anche da una politica che, come detto, oggi più che mai si pone nella sfida di definire il concetto di cittadinanza. Un concetto questo messo a dura prova non solo dalle grandi ondate migratorie ma anche da differenti contraddizioni. E' la lingua in tale contesto a rivestire un ruolo fondamentale di resistenza culturale contro l'uniformazione del mondo. Lingua dunque come resistenza simbolico-concettuale capace di creare un proprio spazio nell'immaginario collettivo. Agevolando le scelte identitarie che i soggetti compiono spesso in modo incoerente e in risposta della fine delle grandi narrazioni. Accanto a tali esperienze si sono affiancate, sino a poco tempo fa, le rappresentazioni che i media unidirezionali facevano dei vissuti individuali, espressione di scelte tattiche comunicative, che hanno dato luogo ad una decolonizzazione dell'immaginario frutto delle tecniche di rappresentazione dei media. Tuttavia questa rappresentazione tipica dei mezzi *mainstream*, compreso il web 1.0, deve oggi tenere conto delle nuove rappresentazioni del sé offerte dalle arene digitali del web 2.0. Arena mediatica in cui gli individui costruiscono la rappresentazione di sé in prima persona attraverso questi mezzi, raccontando la propria biografia in modo autografo. Un ritorno all'etica dell'estetica da parte di soggetti di fronte alla grave crisi con cui oggi bisogna fare i conti. Crisi non solo economica, ma valoriale. Le persone ricorrono spesso ai media come volano positivo. Rincorrendo caratteri che designano un ritorno ad ideologie che permeano una società fluida, una lingua sempre più frammentata come specchio di una realtà che si infrange nella rete virtuale. Divenendo quest'ultima terreno che ancora Mazzoli definisce “d'elezione all'interno del quale si giocano

le battaglie simboliche dell'oggi, prima ancora di quelle politiche, economiche e sociali". Molti dei conflitti a cui si può assistere si generano inizialmente nell'arena della comunicazione e nella realtà aumentata. Le reti rappresentate da grafi, sono legate tra di loro da link che possono essere "causali o non causali". Ogni nodo, poi, quando deve scegliere a chi connettersi, solitamente sceglie nodi che hanno un grande numero di link. Per quanto l'universo della rete sia complementare e parallelo a quello reale, ad esempio si è amici su Facebook ma non ci si riconosce nella vita reale. Ciò suggerisce una prima ipotesi: la rete è un ambiente sociale in cui ri-mediare le identità di ciascuno. Un'ulteriore ipotesi è che la rete può essere di fatto letta come un luogo di cittadinanza, in cui poter definire il proprio profilo, scrivere la propria identità, interagendo così con altri come "se si fosse in una modernissima agorà" (Mazzoli, 2010). La Rete diviene dunque il luogo ove esercitare un "ruolo civile istituzionalizzato" (*ibidem*, p.10). Spazio tra un macro e un micro link, detto altrimenti tra una dimensione macro sistemica ed una soggettiva, che diviene un modello che coniuga le dimensioni razionalizzanti e astratte dei sistemi sociali con elementi derivanti dalla creatività, imprevedibilità dei soggetti. Apportando un cambiamento culturale soprattutto grazie ai social networks. Micro link in cui i soggetti esprimono la propria consapevole intenzione a riconoscersi nelle rappresentazioni della società, del macro, attraverso la comunicazione. I sistemi sociali, politici, economici, della comunicazione, delineano i soggetti come consumatori o ancor meglio come pubblico nei media. Dal canto dei soggetti non solo accettano di essere rappresentati in qualità di consumatori di servizi, ma si comunicano a loro volta in tal modo. Infondo è ciò che ogni soggetto pratica quando costruisce un profilo sui *social networks*: decidendo la propria identità, le azioni e le affiliazioni. Scelte non neutre ma che implicano ulteriori decisioni (non casuali) da parte di istituzioni mediatiche ma anche politiche. Utenti autodefiniti tali perché è il sociale che lo fa (Jenkins, 2007). Relazioni inclusive che avvengono sulla base di una riflessività individuale su posizioni asimmetriche. Nella possibilità di osservare in tono critico ciò che accade nel mondo, nell'*empowerment del cittadino*, che è da intendersi come *empowerment comunicativo*. Di fatto i social networks, Facebook, Twitter, My Space, Youtube e altri, hanno dettato in molti casi le linee politiche non solo per le attività programmatiche ma anche per i contenuti ed i messaggi da diffondere. Come nel caso delle elezioni del presidente americano Barak Obama o del referendum italiano in difesa dell'acqua come bene comune. Con possibilità di replica quasi istantanea da parte degli utenti. Un mondo vitale che lascia il fianco a soggettività collettive, vite liquide che nascono e si costruiscono in parallelo con le forme della comunicazione. Così la forma digitale entra a far parte "del Dna dei soggetti" (Mazzoli, 2009). Nel caso della politica si verificano forme di "politica informale", forme di partecipazione e associazione a legami deboli. (Guidicini, Mazzoli, 1986). Attraverso spazi virtuali in cui si costruiscono identità e relazioni, condivisioni di contenuto. Nuove forme di esperienza ove si rafforzano le capacità riflessive dei soggetti, che mettono in crisi il rapporto gerarchico tra soggetti e sistemi sociali. Questi ultimi sistemi sono esposti, come mai sino ad ora, a opinioni provenienti dal basso. Un *empowerment comunicativo* in virtù del quale i soggetti riflessivi sono capaci di attivare rapporti orizzontali con il macrosociale. Una nuova cultura

partecipativa, differente dalle forme di partecipazione sociale e politica tradizionali, espressione della capacità riflessiva offerta dai media ai soggetti, favorita dalle forme di connessione. Così se da un lato mercato e società civile si muovono al fine di ricostituire il bene comune e ridefinire una nuova "felicità" intesa, non più come un tempo, come maggior sviluppo maggior progresso, dall'altro sono proprio i nuovi media digitali il supporto e la realtà in cui si tenta un ritorno alla centralità delle relazioni. Ridefinendosi come nuovo spazio pubblico virtuale, ricordando come sottolineava Hanna Arendt (1994), che lo spazio della politica è lo spazio di "inter-esse" o "dell'essere fra", il fatto dunque di esistere in uno spazio che è anche costitutivo di rapporti specificamente politici, di rapporti che si fondono tra i diversi attori. Infondo già con la modernità "pubblico" significava "aperto" o "accessibile a tutti", come visibile e osservabile, in contrapposizione al privato inteso come nascosto alla vista, distinzione che rimanda a quella tra "pubblicità" e "riservatezza" (Thompson, 1998, p.178) che trova massima espressione con la nascita della stampa e nel suo pubblico di lettori, un "pubblico senza luogo" che aveva accesso alla cosa pubblica attraverso "la parola stampata" capace di stimolare relazioni "faccia a faccia", conversazioni che se un tempo avevano inizio e continuazione nei "luoghi della socialità borghese" oggi si articolano in luoghi "altri", virtuali. Qui i rapporti possono assumere anche forma politica, ricollocandosi all'interno di un sentiero segnato ancora da Arendt e che definisce "non politici" quei rapporti che si fondano su "essere la stessa cosa", così che non è la fratellanza, quanto l'amicizia ad essere un legame specificamente politico, in quanto la politica è l'arte, essenzialmente, della pluralità. Pertanto è negli spazi di mediazione comunicativa che prende forma una cultura civica e un impegno civico che assumono nuovo vigore, dove cittadini creano i propri legami nella ragnatela delle reti di comunicazione virtuale "fare media" (Boccia Artieri, 2002-2004, 2009) nelle trame della cultura civile mediata dal computer "farsi media" (Boccia Artieri 2002-2004, 2009). Paul Virilio definisce il nuovo soggetto/individuo della *networked society* nei termini di un *citizen terminal*, un *hub* per differenti flussi e network. Wellman parla di un *networked individualism* e Manuel Castells mette l'accento su un individuo inserito in movimenti globali e locali che attraversano il nuovo spazio dei flussi al cui interno individui e gruppi si muovono (*across place*). Un complesso scenario, un "ecosistema" dove le nuove tecnologie della comunicazione, i soggetti e gli spazi interagiscono diventando agenti di nuove geografie e dinamiche della relazione tra presenza/assenza, reale/virtuale, privato/pubblico, individuale/individualismo, collettivo/globale.

Nei suoi studi Habermas (2002), attraverso l'analisi della sfera pubblica borghese, ha messo in luce i fondamenti di razionalità legittimità dello stato democratico a partire dall'istituzione della discussione critica tra gli individui, che prescinde dalla tradizione o dalla condizione sociale dei cittadini, e si basa sulla sola forza dell'argomentazione razionale. Ma proprio il confronto critico e razionale tra differenti punti di vista e la scelta che viene di conseguenza è data dall'argomento trattato in seno alla discussione. Non l'influenza della persona che argomenta. Quando questi presupposti, che fondano lo spazio pubblico, entrano in crisi è sintomo di trasformazioni socioeconomiche della società. La sfera pubblica si espande nelle democrazie di massa, includendo sempre più

partecipanti. Spesso nella perdita della qualità dei rapporti politici in cui manca un reale confronto politico. Allontanandosi dall'interpretazione che si è andata diffondendosi a partire dal sedicesimo secolo di "pubblico" inteso come attività legate allo Stato in contrapposizione a "privato" di cui fanno parte le sfere di vita escluse o indipendenti (Thompson, 1995). La sfera pubblica connessa non può oggi non ricoprire un ruolo di integrazione della società, soprattutto come rappresentazione della rete di relazioni digitali che integra, nel confronto, la diversità degli individui nella propria comunità politica. L'azione comunicativa, intesa come pratica di confronto pubblico, teorizzata ancora da Habermas (2002), è uno dei modi possibili attraverso cui si possono coordinare le vite degli individui. Ma la sfera pubblica mediata diviene l'arena del pubblico dibattito in cui possono essere discusse questioni di interesse generale e dove le opinioni che si formano si svincolano dal controllo e manipolazione dei mass media, ritrovando le forme di una discussione aperta e razionale in cui gli individui si incontrano tra eguali. La Comunicazione Mediata da Computer in Internet, ancor meglio nel web 2.0, si riconosce come uno spazio di pubblico dibattito, in cui narrare, comparare, dissentire, contronarrando, condividendo opinioni comuni, includendo tutti nella narrazione/ascolto. Così che la sfera pubblica mediata, tanto quanto la sfera pubblica, favorisce lo sviluppo iniziale della democrazia. Una ideologia che si alimenta in una "concezione neutrale" (Thompson, 1995) per cui sussiste l'influenza delle idee su credenze e azioni a cui si contrappone e contrasta quella "concezione critica" posizionandosi a sfavore (ripercorrendo il filone ideologico di Karl Marx) di classi dominanti che ancora controllano le idee che circolano nella società e che giustificano la loro posizione di dominio.

"Il fatto di avere e di esercitare la possibilità di partecipare alle decisioni collettive che influiranno sulle nostre azioni o sulle condizioni delle nostre azioni promuove lo sviluppo della capacità di riflettere sui nostri bisogni in relazione ai bisogni altrui, di interessarci del rapporto che altri hanno con le istituzioni sociali, di ragionare e di discutere in modo dialettico e persuasivo, e così via . Solo tale tipo di partecipazione, inoltre, può darci il senso di essere in un rapporto attivo con le istituzioni e i processi sociali, il senso che le relazioni sociali non sono fissate dalla natura ma si possono inventare e modificare. Le virtù del cittadino si possono coltivare solo esercitandole".

Di fatto la sfera pubblica borghese ha inizio nel momento in cui un pubblico di privati discorre in modo critico e razionale su questioni politiche per portare ad un'azione statale. Per Prima anche il vagare all'interno di una metropolitana può diventare sfera pubblica per la capacità dei cittadini di contare su argomentazioni genericamente e concettualmente rilevanti. Nel momento in cui la sfera pubblica, come società civile in generale, si contrappose allo Stato, definendolo, in contrasto ad essa, come spazio impersonale dell'autorità, la sfera privata della società assunse una rilevanza pubblica (Habermas, 2002; Arendt, 1994). La società civile, infatti, prendeva forma in antitesi all'autorità statale depersonalizzata, mentre una particolare *élite* emancipata arrivava a pensare se stessa sia come parte essenziale del pubblico che come controparte della pubblica autorità. La sfera pubblica

borghese, nel campo di tensione tra stato e società, istituzionalizzava la pratica del discorso critico razionale sulle questioni politiche come innovativa pratica decisionale. Il confronto, volto all'interesse generale, non doveva essere distorto da interessi particolari per condurre, secondo ragione, la collettività al vero. *Il "vero" non discendeva dall'irrazionalità di regole imposte dall'alto dell'autorità pubblica o dalla pratica dell'imposizione unilaterale, ma dal dibattito critico razionale che elaborava le leggi generali di governo.* L'arma più efficace adottata dalla borghesia in questo confronto politico fu il pubblico uso, da parte degli individui, della loro ragione.

"Sviluppare la riflessione collettiva sugli autentici bisogni sociali, sottraendola agli imperativi dei falsi bisogni e del consumismo, significa, per Habermas, contrapporre alla razionalità tecnologica (ideologicamente strumentalizzata dal dominio) l'organizzazione sociale di zone sempre più estese di razionalità discorsiva. Il consenso democratico, inteso secondo l'accezione weberiana di *consensus*, che dà legittimità alle istituzioni politiche, si realizza in processi di comunicazione simbolica e formazione collettiva della volontà che devono essere idealmente sottoposti ai criteri normativi che guidano ogni razionalità discorsiva: accesso illimitato dei partecipanti e assenza di coazione. "Questo obiettivo, però, secondo Habermas non può essere realizzato nella negazione delle grandi organizzazioni sociali, come propone la teoria liberale, che immagina una sfera pubblica occupata solo da individui privati autonomi, senza grandi organizzazioni e senza divisioni (scontri) di interessi, che impediscono una chiara identificazione del bene generale. Nelle democrazie di massa dello stato sociale assistenziale, secondo Habermas, istituzionalizzare l'idea di pubblicità critica è possibile solo attraverso una "razionalizzazione dell'esercizio del potere sociale e politico" sotto il controllo comune di organizzazioni in competizione, esse stesse sottoposte all'obbligo della trasparenza riguardo la loro struttura interna, i momenti di interazione reciproca e soprattutto riguardo la loro interazione con lo stato. L'ironia, la creatività, spesso anche le prese in giro, conquistano il loro spazio. Ma, soprattutto, a essere diversi sono i modi e i tempi del dibattito politico. Innanzitutto, al di fuori della Rete ci si scontra con un'ormai cronica incapacità delle nostre democrazie di coinvolgere i cittadini sui temi politici. Ovunque si lamenta indifferenza e si annota che la maggior parte degli individui è incapace di inquadrare i problemi e di ricostruire anche solo i temi più importanti

Processo che si configura nella neutralizzazione/riconfigurazione del confine fra sfera pubblica e sfera privata. Una reinvenzione della sfera pubblica creazione di nuove forme di vita pubblica. Poiché al di fuori della sfera dello stato si è formata oramai da tempo una vivace cultura politica. Già con le prime forme di stampa. Ad alimentarla hanno contribuito inoltre i caffè, i salotti e le società conviviali che animavano la vita sociale borghese (Thompson, 1995, p. 329). Dando vita ad un'opinione pubblica lontana dalle posizioni ufficiali degli stati. La sfiducia e il disprezzo che i cittadini sviluppano nei confronti del potere, rafforzamento delle capacità critiche, riflettono la consapevolezza di avere perso ogni effettiva possibilità di partecipazione al processo decisionale e che si riducevano al solo rito elettorale. Tanto che per Sennett, infine, attribuisce ai

media esclusivamente il compito di condurre a termine un percorso storico iniziato assai prima, almeno a partire dall'affermarsi della habermasiana "sfera pubblica borghese" (Sennett, 2006). Si potrebbe addirittura dire che, secondo Sennett, quest'ultima inizia a deperire nel momento stesso in cui emerge dal tradizionale teatro politico dell'ancien regime: la crisi dell'uomo pubblico moderno è il prodotto della pretesa "intimista" della cultura borghese, la quale valuta la legittimità dei soggetti a impersonare determinati ruoli in relazione alla "autenticità" dei loro sentimenti ed emozioni: nella pretesa di essere giudicati per ciò "che realmente si è", e non in relazione al proprio agire pubblico, "impersonale". La condanna del primato della sfera pubblica, del "bene comune", è destinata a lasciare il passo alle soggettività individuali.

Il quadro che emerge dalle analisi appena evocate è chiaro: a fronte del declino di ideologie e appartenenze politiche "forti" (identità di classe, affiliazioni partitiche, ecc), nonché della riconfigurazione dei pubblici in quanto "audience" (cittadino, utente, consumatore di spettacolo politico) si affermano tendenze quali la professionalizzazione esasperata (*spin doctors*) della comunicazione politica, la "targettizzazione" delle audience (marketing politico), la centralizzazione/personalizzazione/audio-visualizzazione delle leadership. La crescente e rapida diffusione dei nuovi media ha invertito queste ultime tendenze descritte verso una Rete sempre più terreno/strumento di rivitalizzazione della democrazia rappresentativa e/o di sviluppo di nuove forme di democrazia partecipativa e deliberativa o, se si preferisce, come terreno/strumento di reintegrazione della sfera pubblica. Il processo di frammentazione delle tradizionali forme di aggregazione sociale non viene rallentato ma, se mai, geometricamente accelerato dai new media, i quali appaiono terreno privilegiato di un inedito quanto radicale *networked individualism* (Castells, 2002). Inoltre, quella che Melucci descrive come "affinità elettiva" fra culture della Rete e culture dei nuovi movimenti (1994) ha generato una ulteriore, potente, spinta verso la personalizzazione della politica. Un processo apparentemente diverso da quello innescato dai tradizionali media broadcast: mentre nel caso di questi ultimi vengono premiate le performance attoriali dei professionisti della politica, le comunità di rete sono viceversa caratterizzate da una forte ostilità nei confronti di ogni forma di autorità precostituita, accettando solo l'autorità fondata sul riconoscimento di meriti (*reputation capital*) da parte della comunità (virtuale) dei pari. Questa evoluzione, tuttavia, alimenta una tendenza ancora più radicale a giudicare eventuali aspirazioni ad occupare determinati ruoli in relazione alle virtù personali. La cultura della Rete, utilizzando le categorie di Sennett, è più "intimista" di quello che non è la tradizionale cultura borghese. Di fatto la fiducia è rivolta a blogger più che a figure professionali come i giornalisti, non perché il primo sia più attendibile del secondo, ma perché è "uno di noi" e ne conosciamo le emozioni, almeno quelle che racconta. Una nuova agorà, anche se non riconosciuta inizialmente da tutti (Barabasi, 2004; Formenti, 2008; O'Neil, 2009) per il fatto che non tutte le voci non si esprimevano con le stesse opportunità per far pesare le proprie opinioni: da un lato, le reti sociali mediate dal computer non vengono tenute insieme dalla massa delle persone che hanno decine o centinaia di connessioni, ma dai pochissimi che ne controllano migliaia:

dall'altro lato, queste elite acquisiscono legittimità grazie all'acquisizione di potere carismatico (l'accumulazione di *reputation capital* evocata poco sopra). Tant'è che Formenti (2008) più che di democrazia elettronica parla di "populismo digitale" che affianca, più che sostituire, il tradizionale populismo mediatico. A sfidare queste teorie c'è chi come Rodotà (2004) ha prospettato una secca alternativa fra una prospettiva "tecno politica", che assegna alle nuove tecnologie della comunicazione il ruolo di gestire una relazione diretta fra leader e cittadini, ridotti a utenti/consumatori, e lo sviluppo di forme di "democrazia continua" che dovrebbero favorire la partecipazione non episodica (non limitata alle scadenze rituali di elezioni e referendum) dei cittadini al processo deliberativo. Si tratta di capire se esistano indizi a conferma della possibilità di sperimentare (ed eventualmente istituzionalizzare) forme simili alla democrazia continua.

La "crisi della comunicazione politica" (Blumler, Gurevitch, 1995) accresciuta dal processo di "mediatizzazione" rappresenta non solo una sfida per le contemporanee democrazie (Mazzoleni, Schulz, 1999) ma ha raggiunto una ipotetica fase di "declino della mediatizzazione" (Blumer, 2009). Subendo delle trasformazioni nelle forme note e conosciute. Non tanto per il rapporto di complementarietà tra media e politica, o l'allontanamento avvenuto anche a causa dell'anomalia della politica italiana²³, ma soprattutto per un nuovo eco politico che trova espressione nell'equilibrio che assume l'ecosistema dei media (nella convergenza tra forme mainstream e di rete). Nelle nuove forme di relazionalità e comunicazione politica che sta emergendo in tale ecosistema. Intanto la diffusione di piattaforme interattive ha consentito al pubblico della comunicazione politica di sollevarsi dal semplice ruolo di spettatore-destinatario nella complementarietà tra mainstream e politica (Gritti, Morcellini, 2007). Mentre dal punto di vista dei politici le tecnologie di rete li permettono di oltrepassare le mediazioni giornalistiche tradizionali, i cittadini possono esprimere la propria opinione in prima persona attraverso blog, siti e social networks, e condividerla con altri. Così che il tradizionale sistema di comunicazione politica che sino a poco fa si basava su una logica centripeta, "diventa più centrifugo, in cui un ventaglio più ampio di voci possono farsi sentire e mobilitare sostegno per le loro opinioni" (Blumer, 2009, p. 13). Su tale riflessione Manuel Castells, nell'analisi che fa sulla comunicazione nella costruzione del potere (2007, p.250) mette in rilievo come gli attori politici si avvalgono solo in alcuni casi di Internet per bypassare i mass media, mentre "nella gran parte dei casi [...] l'obiettivo è favorire l'esposizione mediatica pubblicando post e immagini nella speranza che vengano ripresi dai media". Una nuova sfera pubblica, dunque, che non condivide i "tratti distintivi dei modelli tradizionali" (Thompson, 1995, p. 339), sfera pubblica mediata non disposta nello spazio e nel tempo, separando le azioni e gli eventi dalla condivisione di un luogo comune. Una nuova sfera pubblica mediata come

²³ Colin Crouch riflettendo sul processo di "privatizzazione" dei media elettronici, mette in rilievo come la sfera pubblica è riconducibile a una pluralità di fattori, dalla crisi delle tradizionali identità di classe all'estensione delle dinamiche di mercato. La sfera delle relazioni pubbliche (Crouch, 2004), in particolare, perde quella particolare "aura" (Benjamin W., 2000) che la professione politica subisce a mano a mano che i suoi "segreti" finiscono sotto i riflettori dei media.

spazio del visibile inteso come spazio aperto in cui circolano forme simboliche accessibili ad una pluralità di altri anche non presenti. La sfera pubblica mediata è dunque uno “spazio non localizzato”. Al di là di spazio e tempo. “Spazio” da intendere come sfera di possibilità aperte a qualunque forma simbolica mediata, intendendo che esso è un ambiente particolare all'interno del quale gli individui agiscono e interagiscono, ove produttori e consumatori di forme simboliche mediate partecipano al dialogo, in uno spazio creativo e non controllabile. Una sfera pubblica aperta a contenuti non definibili in anticipo. Andando oltre quel concetto di “visibilità” che richiedeva la condivisione di un luogo comune nelle precedenti forme di società. Le lotte oggi si sono trasformate in “lotte per la visibilità”, per il riconoscimento di spazio della sfera pubblica mediata non localizzato. Così che oggi gruppi un tempo marginalizzati avanzano le proprie istanze attraverso Internet, lottando ancora per la visibilità²⁴. Poiché si riconosce ai media la capacità di “politicizzare il quotidiano”, trasformando gli eventi quotidiani in stimolatori di azioni che si avvertono ben al di là di dove esse hanno luogo. Ma proprio la visibilità che dal mainstream inonda il virtuale potrebbe sottrarre gli eventi dal controllo di chi li ha generati. Per quel “principio critico” caro ad Habermas, che rifacendosi alle opere kantiane sull'illuminismo, pongono l'accento che le opinioni dei privati cittadini possono trasformarsi in opinione pubblica per un processo di discussione razionale-critica aperta a tutti e libera da ogni dominio. Azioni di un agire comunicativo che superano l'idea di uno spazio fisico da dover condividere, in cui le azioni dei partecipanti possono incidere su individui molto lontani sia nello spazio che nel tempo. Individui responsabili chiamati a giustificare le proprie azioni al fine di perseguire il benessere (dignità e rispetto) degli altri, oltre che il proprio. Un senso di responsabilità stimolato da immagini e informazioni che sono andate crescendo con i media.

1.3 Dal mainstream, ad Internet e il web 2.0

Ispirandosi alle categorie di ribalta e retroscena di Erwin Goffman, Joshua Meyrowitz analizza l'influenza del medium televisivo sui processi di personalizzazione e spettacolarizzazione della politica (Meyrowitz, 1993): la vita privata del leader esce dal retroscena per finire “risucchiata” dalla ribalta, trasformandosi progressivamente in fattore strategico tanto ai fini del successo di una campagna elettorale quanto nella determinazione degli esiti di una carriera politica. I media elettronici svolgono di fatto un ruolo importante nel depotenziamento del valore della sfera pubblica (il processo di “privatizzazione” della sfera pubblica è imputabile a una pluralità di fattori, dalla crisi delle tradizionali identità di classe all'estensione delle dinamiche di mercato alla sfera delle relazioni pubbliche), per la drammatica perdita di “aura” che la professione

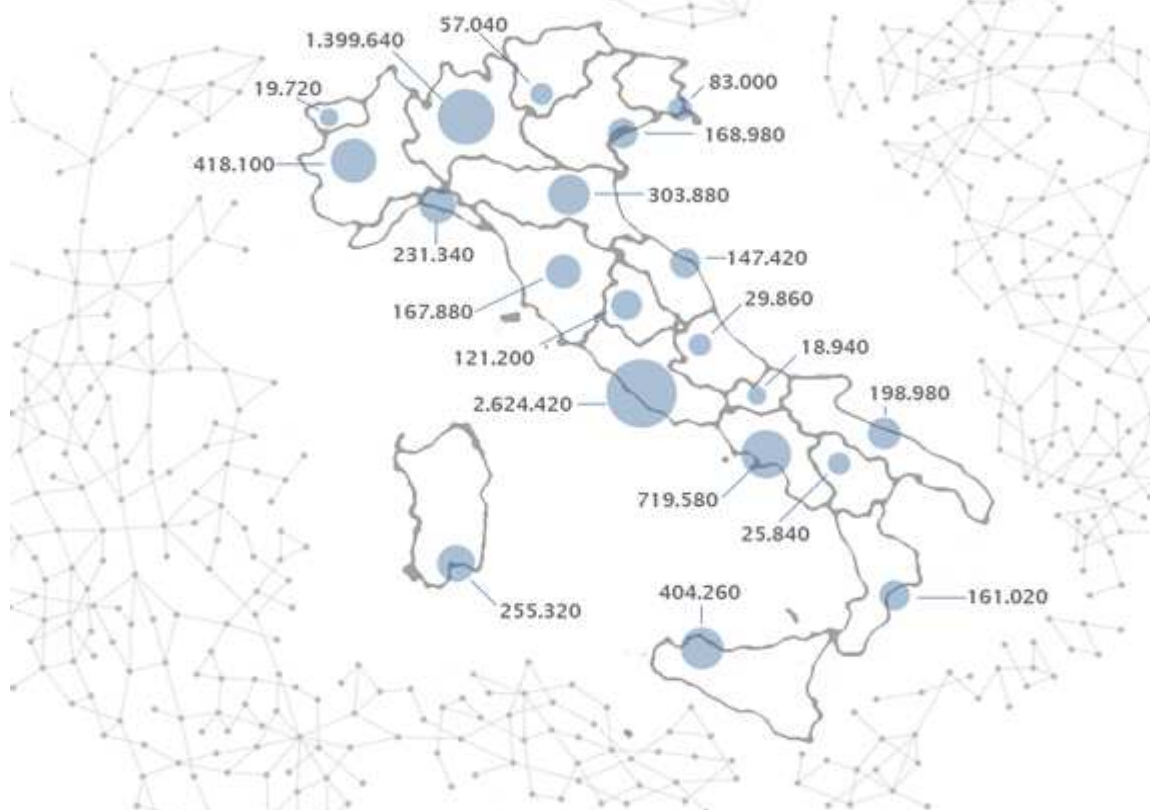
²⁴ Si pensi ad esempio alle lotte di visibilità dei movimenti come quello femminista o per la difesa dei diritti civili. Una lotta per la visibilità delle proprie richieste per conquistare un riconoscimento, trasformandosi un appello da estendere anche agli altri lontani.

politica subisce a mano a mano che i suoi “segreti” finiscono sotto i riflettori dei media (Crouch, 2003). Da quando la televisione, poi, ha assunto una posizione centrale nell’ecosistema dei media già dagli anni Cinquanta, si era ipotizzata un’apertura educativa dei confini della sfera pubblico/politica. Ipotesi supportata da casi concreti come le campagne elettorali durante le quali si è assistito ad una esposizione al mezzo, che producevano effetti importanti anche sulle stesse informazioni che il pubblico poteva ricevere sulle proprie *issues* e l’agenda politica (Blimler, McQuail, 1968). Ma il crescere del potere comunicativo della tv come mezzo mainstream per eccellenza “ubiquo e apparentemente invulnerabile”, e dell’uso di questo, “non è stato più possibile, nelle democrazie elettive, tenere separata la politica, intesa come gioco di potere, persuasione, mobilitazione a supporto di scelte politiche e di singoli uomini politici, dallo sguardo mediatico della televisione” (Gurevitch, Coleman, Blumler, 2009, p. 165). Questo momento segna il sodalizio tra politica e televisione “diventano istituzioni complementari, che si trovano in uno stato di mutua dipendenza” e quasi perfetta divisione dei compiti “la politica produce materiale grezzo e la televisione si occupa di impacchettarlo, operando così una sottile riscrittura, per consegnarlo al cliente” (*ibidem*). La tv guadagna un posto centrale sulla scena politica, applicando alla politica la sua capacità di costruire storie che fanno perno sulla personalizzazione e spettacolarizzazione “contribuendo allo spostamento di attenzione nell’opinione pubblica dai temi rilevanti del discorso politico alle persone: ai leader di partito e di governo, impegnati nel grande gioco elettorale, alimentato dai sondaggi e dalla strumentale fluidità dell’agenda politica” (Cioni, Marinelli, 2010). Rendendo la politica “Pop” (Van Zoonen, 2005; Mazzoleni, Sfardini, 2009). Permettendo “la messa in scena della democrazia” (Diamanti, 2009). I “cittadini” diventano “pubblico” (audience televisiva). Un passaggio che Manin chiama dalla “democrazia dei partiti” alla “democrazia del pubblico” (1995) che produce una “opinione pubblica mediata”, una opinione “post habermasiana, in cui la sfera pubblica (dialogica), prima quasi intangibile dal potere e dallo stato, si ritrova invasa, colonizzata e trasformata in mera *posta in gioco*, dell’interrotta competizione elettorale (Grossi, 2009). L’unidirezionalità della tv è funzionale ad escludere qualsiasi retroazione del cittadino-elettore-spettatore oltre partecipazione come atto elettorale. Guardando la televisione le persone “possono creare ed effettivamente creano la propria cultura, anche se all’interno di condizioni che non dipendono direttamente da loro” (Fiske, 1987, p. 53). Sono questi gli *audience studies* che devono prendere coscienza che “nel campo degli studi sulla televisione al giorno di oggi a nessuno verrebbe in mente di desumere la natura dei comportamenti di risposta dell’audience dalla sola conoscenza dei contenuti mediali, o discutere su un collegamento diretto tra i significati che in teoria sono iscritti nel testo e i loro effetti sull’audience” (Livingstone, 2007, p.29-30). Inoltre le “audience diffuse” (Van Zoonen, 2004) trova sbocco nelle “culture partecipative” (Cioni, Marinelli, 2007) rafforzandosi nel contesto dei *media convergence* per cui si riscontra una discontinuità tra esperienza televisiva e piattaforme interattive (Jenkins, 2007). Le mutazioni che muovono nell’ecosistema mediale fanno emergere accanto ai media *broadcast* una forma nuova di “comunicazione socializzata”. Castells (2007, 2010) la definisce nei termini di *mass-self-communication*. Una comunicazione più

potente perché può raggiungere una *audience globale*, un contenuto autogenerato (*self-directed* nell'emissione) e auto selezionato (*self selected* rispetto alla ricezione) in una comunicazione di "molti che comunicano con molti". Castells sottolinea come le caratteristiche interattive del network non determinano contenuti e effetti dei messaggi; massimizzano semplicemente il potenziale di diversificazione degli stessi, rendendo relativamente autonome le fonti da cui originano i flussi di comunicazione che vengono costruiti e modificati in tempo reale. Muta l'equilibrio tra i media tradizionali che operano come *gatekeepers* nei flussi di informazione, mentre oggi, come notato anche da Williams e Delli Carpini nel 2004 nell'analisi di diffusione dello scandalo Clinton-Lewinsky, in cui apparì chiaro come i confini tra *news*, *entertainment* e il flusso delle notizie su differenti canali comunicativi aumenta i media rispetto alla stessa agenda politica, così che il pubblico è in grado di farsi un'idea in merito al mondo della politica (Williams, Delli Carpini, 2004). Nel 2008, i dati sull'informazione politica di *Pew Internet & American Life Project* (per la campagna presidenziale americana) segnano il passaggio dall'ecosistema dei media mainstream (perquanto la televisione rimane la fonte principale di informazione, 72% della popolazione) la comunicazione politica su Internet cresce del 23%, raggiungendo più di un terzo dei cittadini. Il 52% poi di utenti di social networks (14% della popolazione adulta) ha usato questi strumenti per un uso politico, cercando magari di scoprire il candidato votato dagli amici, pubblicare un contenuto politico, dichiarare il proprio voto, ottenere informazioni sul candidato, fondare o iscriversi ad un gruppo o causa politica, diventare amico di uno dei candidati. L'accesso all'arena virtuale è multicanale, per cui i soggetti che usano i social media per informarsi, linkare contenuti/informativi, condividere opinioni e commenti su *issues*, usa social networks, blog, siti (Kushin, Yamamoto, 2009). L'accesso alle tecnologie di rete apre la strada anche ad una "mobilitazione" o anche solo un "rafforzamento" delle forme di partecipazione politica (Norris, 1999b). Così che queste tecnologie bidirezionali non solo trovano modo di dare espressione nuove al rapporto con la politica e principalmente i politici, ma rappresentano anche una risorsa importante nella mobilitazione di individui sino a questo momento disinteressate (o deluse dalle) forme tradizionali di partecipazione politica. A volte acuendo un divario già esistente tra giovani e politica, piuttosto che ridurlo (Livingstone *et. al.*, 2007). Mutamenti dunque non solo nelle norme e prassi della comunicazione politica, ma di un "*networked publics*" (boyd, 2008) capace di appropriarsi, produrre, editare e condividere messaggi di tipo politico. Che diviene ora "vulnerabile". La comunicazione politica tende per tanto a valorizzare la cultura partecipativa che trova espressione nei social media raggiungendo direttamente i *networked publics* attraverso le differenti possibilità che la rete offre. Una "disintermediazione" che se inizialmente ha prodotto siti web di partiti, politici e candidati (Bentivegna, 2006; Drukman, Kifer, Parkin, 2007), esprimendo ancora una direzionalità logica di tipo *top-down* (dall'alto), con riferimento a strategie di marketing politico attraverso anche messaggi ad alto valore simbolico, cercando di attivare coinvolgimento e impegno dei pubblici, si è via via trasformata in un'attivazione diffusa di singoli soggetti, sia localmente che globalmente, per dare visibilità a singole *issues*, superando quelli ostacoli organizzativi soliti principalmente nella fase di costituzione di nuovi

raggruppamenti o promozione di eventi. Riuscendo anche ad attrarre e canalizzare l'attenzione dei media tradizionali. Fondamentale per far sentire la propria voce all'opinione pubblica. Attivando un processo di diffusione di tipo orizzontale, procedendo attraverso un'appropriazione individuale di temi singoli e/o obiettivi condivisi all'interno di quelle che vengono riconosciute come reti interpersonali, tecnologicamente mediate. Un coinvolgimento da un valore spesso così forte che le "immagini-simbolo" della mobilitazione vengono usate nei profili Facebook. Forme di *mass self communication* divengono un'importante medium per lo sviluppo di movimenti sociali come per l'espressione di autonomie propositive di singoli individui. "I movimenti sociali", evidenzia Castells (2010), non sono originati dalla tecnologia; essi si servono della tecnologia". Attraverso lo sviluppo di una tecnologia *self-communication* che è rappresentazione/prodotto di una cultura capace di enfatizzare "l'autonomia individuale e la *self communication* del progetto dell'attore sociale". Una *net Generation* capace probabilmente di una pressione sociale che induce a ragionare nei termini di una "democrazia 2.0" in cui i cittadini si sentono fatalmente coinvolti attraverso i media interattivi, cercando/contribuendo a trovare soluzioni innovative ai problemi sociali (Tapscot, 2009). Pur tuttavia alcuni pensano ai *social networks sites* come strumenti di una partecipazione politica "impoverita" o "zona franca da censurare" con espressioni superficiali, irriflesse e violente. Mentre la comunicazione politica sta cercando di imparare a decodificare e utilizzare i codici del nuovo e convergente ecosistema mediale, esso ha assunto un ruolo rilevante nella costruzione delle idee politiche e della partecipazione da parte dei cittadini. I *social network sites* sono usati anche per la promozione di eventi sul territorio e globalmente.

facebook in Italia



21 milioni registrati

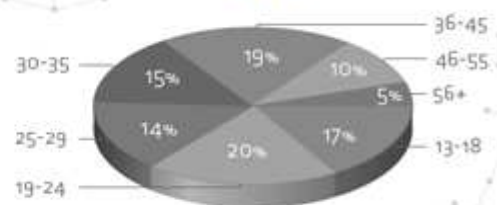
13 milioni al giorno

7,5 milioni da mobile

Sesso



Età



credits: Vincenzo Cosenza vincos.it

novembre 2011

source: www.facebook.com/ads

Infografica su Facebook di Vincenzo Cosenza (vincos.it)

1.4 La cultura dei pubblici: dall'alfabetizzazione attraverso il mainstream all'uso dei social media

Comunicare significa condividere significati attraverso lo scambio di informazioni. Il processo della comunicazione è dettato dalle tecnologie di comunicazione, le cui caratteristiche sono i mittenti e destinatari della comunicazione (Castells, 2010). Questi ultimi si caratterizzano per i propri codici culturali di riferimento e i "protocolli della comunicazione". L'evoluzione degli studi di comunicazione destinano il significato intendendolo nel contesto delle relazioni sociali in cui informazioni e comunicazioni sono elaborate (Schiller, 2007). La comunicazione tra le persone o "interpersonale" avviene a partire dalla portata del processo ed è da distinguere da quella a livello sociale. Nel caso della comunicazione interpersonale mittenti e destinatari sono soggetti della comunicazione. Nel caso della comunicazione sociale è diffusa alla società nel suo interno, definendo "comunicazione di massa".

❖ La comunicazione interpersonale è interattiva e il messaggio è inviato one to one in una circolarità di feedback.

❖ La comunicazione di massa tradizionale è intesa come unidirezionale, il messaggio è inviato da uno a molti (per esempio nel caso di libri, stampa, radio, tv). Per quanto questa forma comunicativa può essere anche interattiva come nel caso della lettera ai direttori o telefonando ai programmi tv.

La comunicazione mainstream, generalista e di massa, ha creato una iperrealtà (come la definisce Jean Baudrillard), educato a codici comunicativi, alle forme del messaggio e alfabetizzato le masse alla comunicazione mediata. La diffusione di Internet è emersa una nuova forma di comunicazione interattiva, con la possibilità di inviare messaggi molti a molti (*many to many*) che può avvenire in tempo reale o comunque in momenti stabiliti, potendo usare la comunicazione punto a punto (*point to point*) in *narrowcasting* o *broadcasting* a seconda della pratica comunicativa attuata. Castells definisce questa *autocomunicazione di massa* una "forma storicamente nuova di comunicazione" (2010, p. 60). Si parla di comunicazione di massa poiché ha la potenzialità di raggiungere un "pubblico globale" come ad esempio quando si scrive su Twitter o si posta video su Youtube o si inserisce nel post sul proprio blog un link Rss. Inoltre è autocomunicazione di massa in quanto si producono contenuti/messaggi autogenerati e autodiretti a destinatari più che altro pensata per potenziali destinatari. Ogni soggetto ha in Rete la possibilità di autoselezionare i messaggi. L'inedito risiede proprio nel fatto di poter digitare forme di comunicazione in "un ipertesto digitale composito e interattivo che include, mixa e ricombina nella loro diversità l'intero ventaglio delle espressioni culturali veicolate dall'interazione umana" (Castells, 2010, p. 60). Ma quella convergenza che si è presa a trattare nel paragrafo precedente, non riguarda solo pubblici e tecnologie ma anche la cultura. A tal proposito Henry Jenkins sostiene che "si produce nel cervello dei singoli consumatori e tramite la loro interazione sociale con gli altri" (2007, p. 3). Ma questa ulteriore convergenza è avvenuta non senza delle importanti trasformazioni nelle dimensioni del processo comunicativo. Ogni dimensione fa parte di un sistema e ogni

trasformazione riguarda e non può comprendersi senza le altre, una “rivoluzione della comunicazione” Mansell (2002) e McChesney (2007) o anche “punto di inflessione” (Cowhey, Aronson, 2009). Se da un lato si assiste ad una trasformazione tecnologica basata sulla digitalizzazione, sul software avanzato come sulla banda larga e sull’ubiquità della comunicazione locale/globale per le reti wireless; dall’altro i soggetti della comunicazione, mittenti e destinatari, divengono parte della “comunicazione organizzativa e istituzionale”, della comunicazione “socialitaria”. In tal caso la celebre frase di McLuhan “*The medium is the message*” è esemplificativa, mentre i destinatari sono il pubblico/consumatori dei media. Ulteriore importante dimensione diviene quella *culturale* nella trasformazione di una comunicazione multi stratificata. Nello sviluppo parallelamente di una cultura globale e di culture e identità multiple. Si assiste alla nascita dell’individualismo e comunalismo come modelli culturali opposti ma allo stesso tempo potenti nel mondo. Il web, realtà aumentata, come gli antesignani media colmano divisioni culturali come possono frammentare ulteriormente. Le grandi trasformazioni della comunicazione rappresentano “l’espressione delle relazioni sociali, relazioni solo in ultima analisi di potere, che stanno alla base dell’evoluzione del sistema di comunicazione multimodale” (Castells, 2010, p.62). Questo aspetto si rende evidente quando si parla di *digital divide* non solo come divario di accesso e conoscenze necessarie per l’uso della comunicazione digitale tra i soggetti ma anche tra i Paesi e all’interno di essi in rapporto “al potenziale di consumo e al livello delle infrastrutture di comunicazione”. Le disuguaglianze che nascono non solo per la disponibilità della banda larga ma anche divario nell’istruzione per muoversi in una cultura digitale, “riproducono e amplificano le strutture di classe, etnia, razza, età e genere del dominio sociale tra paesi ed entro i paesi” (Wilson, 2004; Galperin, Mariscal, 2007, Katz, 2008). In Internet sono stati esclusi gli strati meno abbienti della popolazione. Benché si immagina la Rete come libera, di fatto essa è nel sistema di comunicazione globale/locale limitata e sorvegliata dalle burocrazie governative, élite politiche come da apparati ideologico religiosi. Mentre la *privacy* scompare dietro a mutevoli *cookies* intendendo le strategie di raccolta dei dati personali. Attori sociali come cittadini singoli del mondo usano la capacità di comunicazione dei new media per portare avanti i propri progetti e difendere gli interessi, affermare i propri valori. Uno spazio di comunicazione ove affermare il diritto della libertà (Couldry, Curran, 2003; McChesney, 2007-2008).

Il nuovo campo di comunicazione nel nostro tempo sta emergendo attraverso un processo di cambiamento multidimensionale, un processo che prende forma dai conflitti che sorgono dalla struttura contraddittoria di interessi e valori che costituiscono la società (Castells, 2010, p. 63)

Così il medium ha subito un passaggio da sistema di comunicazione monodirezionale altamente centralizzato e basato su un network limitato a un sistema *broadcasting* basato su migliori possibilità di trasmissione. Seppur la televisione mantiene il primato di comunicatore di massa anche nel XXI secolo, pur essendo mutato nella frammentazione di canali molteplici, è riuscita con la sua educazione culturale sulla comunicazione mediata è riuscita a dare una

impronta di alfabetizzazione importante, così come tutti gli altri mezzi di comunicazione di massa, al *narrowcasting* di massa. Ma il world wide web è un mezzo più potente nella capacità di postare e scambiare documenti e allo stesso tempo ha trasformato la televisione anche nel modo di fruirla.

Il ruolo “democratizzante” delle nuove tecnologie, inoltre, seppur criticato da alcuni autori che antepongono uno scetticismo alle dimensioni globali e nazionali del fenomeno, incrementa l’opportunità di controllo dal basso dei processi decisionali, concreta sperimentazione di forme di *e-democracy*. Gli obiettivi dell’*e-government* (modernizzare e rendere più efficiente l’operato delle Pubbliche amministrazioni, migliorare la comunicazione e “personalizzare” i servizi alimentando la soddisfazione del cittadino in quanto “cliente”) si scontrano con quelli della *e-democracy* (promuovere la partecipazione dei cittadini accrescendone la capacità di incidere significativamente sulle decisioni politiche). Il problema non è solo l’ostilità della classe politica a lasciare spazio ai processi spontanei di autorganizzazione dal basso, ma anche la difficoltà di costruire adeguati livelli (sia sul piano qualitativo che quantitativo) di competenza dei cittadini. La cultura partecipativa va emergendo nel momento in cui la cultura assorbe e risponde alla esplosione delle nuove tecnologie medialì, che rendono possibile per i consumatori medi di archiviare, prendere nota, *appropriarsi, e far circolare di nuovo i contenuti dei media in nuove modalità ancora più potenti. Concentrarci solo sull’accesso alle nuove tecnologie ci porta lontano, se non incoraggiamo allo stesso tempo le competenze e le conoscenze culturali necessarie per sviluppare questi strumenti per i nostri stessi obiettivi.*

Così che se da un lato anche in Rete si sviluppa una comunicazione politica molto simile a quella tradizionale, che investe ancora una logica verticistica *top-down*, per cui pur attivando forum online per favorire un’ampia partecipazione al dibattito pubblico sui temi della vita cittadina, sono spesso frequentati da pochissime persone. Principalmente perché vengono in generale fissati limiti troppo rigidi in materia di agenda tematica, della lunghezza degli interventi, nella comune percezione dei soggetti di “pilotare dall’alto” il processo di partecipazione. Dal lato opposto gruppi di interesse auto-organizzati (sia quelli legati a movimenti, sia quelli che si aggregano attorno a obiettivi concreti e contingenti). La costruzione di una (nuova) sfera pubblica se da un lato sembra incontrare difficoltà .dall’altro agevolano la partecipazione dei pubblici. Così che i tentativi di “istituzionalizzazione” della *e-democracy*, quanto quelli di dare vita a esperienze di auto organizzazione del basso, possono generare sfere di opinione separate e minoritarie, escludendo la maggioranza dei cittadini non alfabetizzati. Per quanto la ricerca di consenso (nella logica *top-down*) tenta di prevalere, si è osservato che la strada seguita si dirige verso forme di democrazia deliberativa, in cui il dialogo governanti e governati si fa continuo e stringente (logica *down-top*). Mentre la tv resta il medium più utilizzato, nelle fasce giovanili il rapporto è più favorevole alla Rete. I soggetti cercano informazioni (da) o (si mettono in contatto) con coloro che condividono la loro scelta di campo, mentre sono meno interessati a confrontarsi con le opinioni differenti anche se allo stesso tempo, si è osservata una miriade di microsfe

di opinione concentrate su *singol issue*. Creazione/distribuzione di contenuti autoprodotti (video, commenti, *podcast*), capacità di tradurre l'attivismo online in attivismo sul territorio (propaganda porta a porta, organizzazione di meeting ed altri eventi) sono alla base delle attività. La Rete appare ormai terreno privilegiato, sia pure in una relazione di sinergia con i media tradizionali, della formazione/confronto di opinioni politiche. Inoltre, il mezzo conferma la propria vocazione ad agire come canale di mobilitazione e conferma identitaria, più che come luogo di dibattito fra idee e opinioni diverse oltre che favorire la frammentazione in nicchie (o effetto "coda lunga" (Anderson, 2007), delle correnti di opinione). La contrapposizione fra uso politico della rete come strumento di informazione "classico" (non molto dissimile dai media *broadcast*) da parte dei gruppi conservatori, e uso "militante" (integrazione fra mobilitazione online e attivismo sul territorio) da parte delle componenti progressiste è uno dei fattori essenziali che hanno contribuito alla vittoria del presidente americano Obama. Contrariamente al precursore Howard Dean, protagonista di una vivace campagna online nel 2004, Obama è riuscito a mantenere l'equilibrio fra apertura nei confronti delle aspirazioni di partecipazione dal basso dei militanti democratici e *leadership* sul programma, è riuscito a unificare e a galvanizzare il proprio elettorato (il successo è stato frutto del maggior numero di elettori democratici – soprattutto giovani e minoranze etniche che hanno deciso di iscriversi alle liste elettorali, più che dell'erosione dell'elettorato repubblicano). Soprattutto è riuscito a favorire l'aggregazione di uno strato di "*opinion leader*" online che hanno coordinato e governato la campagna dal basso. La cultura diviene fattore importante per la libertà delle persone. Solo la conoscenza e il sapere consentono agli individui di disporre delle competenze e degli strumenti necessari ad aprire nuovi campi di opportunità, libertà ed espressione. È la cultura che rende possibile una tensione verso l'espansione dei sistemi dotati di senso delle persone e delle comunità. Allo stesso tempo, la cultura definisce l'identità di una società e delle società, nelle loro dimensioni locali nazionali e globali, permette alle persone di stare insieme e di identificarsi come soggetto unitario e collettivo, pur nelle loro molteplici diversità. Pertanto rendere più accessibile la cultura, promuovere la conoscenza, offrire opportunità, spazi di dialogo e confronto per le persone e tra le persone, tra piccole grandi realtà organizzate, significa aumentare la libertà dei cittadini e delle loro comunità, dando un significato alla parola democrazia e allargando le occasioni di partecipazione. Una scelta rilevante soprattutto di fronte a una crisi sociale, prima ancora che economica, di dimensioni planetarie e con caratteristiche inedite nel recente passato. Una crisi che è anche culturale e di valori: è venuto, infatti, in discussione un modello di sviluppo che, dietro la pretesa di essere unico e scientificamente insostituibile, ha prodotto un gigantesco aumento delle disuguaglianze e della redistribuzione della ricchezza, con drammatiche conseguenze sociali e ambientali.

1.5 Immaginario e immagini: forme di autorappresentazione sui Social Media

La comunicazione di massa permette la diffusione del contenuto della comunicazione all'intera società. La diffusione di Internet ha permesso non solo una comunicazione multidirezionale, *many to many*, in tempo reale o momenti stabiliti. La comunicazione è *point to point* e può avvenire in narrowcasting o broadcasting in base allo scopo e alle pratiche comunicative in atto. O entrambe, come nel caso di Rai per una notte, evento organizzato per l'oscuramento delle trasmissioni televisive di approfondimento giornalistico a causa di un'interpretazione restrittiva delle norme che governano la *par condicio* italiana in periodo pre-elettorale per le elezioni amministrative del 2010. Sciopero bianco contro la decisione di chiudere il programma di infotainment "Anno Zero" trasmesso sulla seconda rete pubblica italiana, messo in scena al Paladoc di Bologna da Michele Santoro e la sua squadra operativa e diffuso attraverso differenti canali di Internet (televisivamente da Current TV sulle frequenze Sky, e da una miriade di televisioni locali che hanno aggirato le restrizioni del satellite e che hanno consentito che in diverse piazze d'Italia nascessero dei gruppi d'ascolto). Ma è in Internet che si è assistito ad un'autocomunicazione di massa nella potenzialità di raggiungere un pubblico di massa, per cui i contenuti "i messaggi" sono autogenerati e autodiretti verso destinatari, e specifici messaggi del Word Wide Web vengono autoselezionati. Immagini e immaginari di autorappresentazione raggiungono forme inedite con conseguenze importanti sulle mutazioni culturali e l'organizzazione sociale. Un mix composito e interattivo di contenuti anche audio video, che nella loro diversità, divengono un arcobaleno di espressioni culturali veicolate dall'interazione umana (Castells, 2010, p. 60). Una "rivoluzione della comunicazione" (McChensey, 2007). Un processo di trasformazione multi stratificato della comunicazione la cui dimensione è la cultura, che oltre ad osservare lo sviluppo di culture e identità multiple, di contro vede la nascita dell'individualismo e comunismo. Attori sociali e singoli cittadini-consumatori di cultura che usano la propria capacità di comunicazione in rete al fine di portare avanti i propri progetti e difendere i propri interessi, affermare i valori (Downing, 2003; Juris, 2008). La descrizione del web 2.0 coniata nel 2004 da Dale Dougherty, il vicepresidente della O'Reilly Media Research, durante la *Conference 2.0*, sembra rispondere all'osservazione di quel "io" indistinto nella comunicazione ad una relazione della comunicazione.

Si può leggere nel *Clutrain Manifesto* di De Kerkhove:

"strumento condiviso che abilita e facilita relazioni, giudicato sulla base della coesione delle relazioni (frequenza, continuità, ricchezza, intensità) e quindi ben diverso dalle comunità 1.0 che tendono invece ad aggregare le persone intorno a un interesse comune e sono giudicate in base alla quantità di partecipanti. Il focus di un social network risiede nella molteplicità e versatilità degli strumenti offerti per interagire e relazionarsi".

La Rete è divenuta un'ideologia, caratterizzata da una maggiore democrazia, l'apertura ad una moltitudine di voci, redistribuzione dei poteri e

una ricca e conveniente esperienza da parte dell'utente. Così che i fattori che hanno inciso sulla creazione del nuovo ordine mediatico globale è la crescente concentrazione della proprietà: i media globali sono dominati da pochi e potenti gruppi imprenditoriali. Si è assistito ad un passaggio dalla proprietà pubblica a quella privata: la liberalizzazione economica ha spinto alla privatizzazione delle aziende dei media e delle telecomunicazioni. Mentre lo sviluppo di strutture aziendali transnazionali, che operano sempre più al di là dei confini nazionali; sta crescendo. Esiste un'integrazione dei prodotti mediali da quando l'industria dei media è meno segmentata rispetto al passato; aumento delle fusioni aziendali: alleanze tra aziende appartenenti a segmenti diversi dell'industria dei media. In cui si assiste ad una promozione della "folksonomia" (Vander Wal, 2007), "*wisdom of crowds*" o "saggezza della folla" (Surowiecki, 2004), "*crowdsourcing*" (Howe, 2006; Shirky, 2008), "*remix culture*" (Lessig, 2008) e "*produsage-bases journalism*" (Bruns, 2008). Per quanto i siti di social network si possono far risalire al 1995 con Classmates.com, attraverso cui si affacciava una prima distinzione tra reti di relazione professionali (*circle to trust*) e reti di relazioni amicali (*circle to friends*), essi hanno una velocità di sviluppo e innovazione pari ad un tasso annuo del 200%. Il web 2.0 si distingue in *social browsing* (collezione di indirizzi web significativi), *reti di interesse* (si strutturano intorno a un oggetto sociale comune come Flickr), *reti di azione* (MoveOn.com risulta il primo network di democrazia diretta o meetup), *personal social network* (come ad esempio Facebook, MySpace *et. al.*), *personal social network* per bambini, *aggregatori di social network* (come Flock). «la cultura comune della società in rete globale è una cultura di protocolli di comunicazione che permettono la comunicazione tra culture diverse sulla base non di valori condivisi ma della condivisione dei valori della comunicazione». Ciò vuol dire che la nuova cultura non è fatta di contenuti ma di processi. La cultura globale è una cultura della comunicazione per la comunicazione. Facebook pertanto non è solo un *personal social network sites* ma anche "un fatto sociale totale" (Borgato, Capelli, Ferraresi, 2009) intendendo con ciò un avvenimento che accade in un momento particolare della società e che la coinvolge ad ogni livello. Per tal motivo la sua osservazione e studio coinvolge dimensioni multidisciplinare.

Superando quella disparità ancora evidente nei mezzi di massa per cui i paesi industrializzati si trovano in una posizione dominante nella produzione e nella diffusione di prodotti mediali dando luogo ad un imperialismo mediatico, il controllo dell'informazione da parte delle maggiori imprese di comunicazione occidentali fa sì che a livello globale sia costantemente privilegiato il "primo mondo"; si presta attenzione ai paesi in via di sviluppo solo in occasione di catastrofi, crisi, guerre o altre violenze.

Spingendo i fili di un immaginario che coglie la narrazione politica come fruitrice di codici dettati dai sistemi di comunicazione generalisti che hanno reso chiunque alfabetizzato alle sue forme espressive ricercabili dal pubblico connesso. Tanto che nelle nuove forme comunicative il concetto di potere è letto come "la capacità relazionale che permette ad un attore sociale di influenzare asimmetricamente le decisioni di altri attori sociali in modo da

favorire la volontà, gli interessi e i valori dell'attore che esercita il potere" (Castells, 2009). D'altronde anche per Foucault non c'è potere ma "relazioni di potere che nascono incessantemente, come effetto e condizione di altri processi" e che "aprono uno spazio all'interno del quale si sviluppano le lotte" (Foucault, 1994). Una delle sfide diviene la responsabilità, legame importante non solo per una collocazione temporale nel presente ma anche per il futuro, lì dove "i programmi di riforma non riescono a trovare un'istanza di responsabilità di fronte alla memoria corta degli elettori" (Innerarity D., 2008, p. 211). Con lo sviluppo dei nuovi mezzi di comunicazione, in particolare "dalle prime forme di stampa [i] detentori del potere politico si sono dovuti occupare anche della loro auto-rappresentazione"²⁵. Una comunicazione che fa i conti con la globalizzazione, piegandosi a forme simboliche che permettono di dare voce ai fatti. Svuotandosi, però, di quel legame che sino ad ora aveva costretto un ricevente ad un emittente unico, e quest'ultimo, ad un "sistema capitalistico di produzione, sottolineato eccessivamente dal ruolo dei valori consumistici e [sottovalutando] la grande varietà di temi, immagini e rappresentazioni che caratterizzano l'industria mediale" (Thompson J.B., 1998, p. 241). Esperienze mediali che sono avvertite da ogni individuo, in base all'importanza per il sé, come reali o potenziali²⁶ e a cui ciascuno dà consenso, "*consensus*" (nell'accezione di Comte). "Una nuova forma di comunità, che unisce le persone online intorno a valori e interessi condivisi"²⁷..

Immagini e immaginari mediatici usati anche dalla politica, che dai tradizionali mezzi di massa è convergente ad Internet. Una politica però incapace di svuotarsi di una logica top-down della comunicazione e per tanto mal percepita dagli abitanti della Rete con dei codici comunicativi e delle logiche orizzontali. Esplorendo, per tal motivo, la peggiore immagine auto comunicativa. Relazioni di potere in larga misura basate sulla capacità di plasmare la mente umana mediante il trasferimento di senso e la costruzioni di immagini (Castells, 2010, p. 241). Infondo le idee sono delle immagini della mente. Per la società la costruzione delle immagini deriva dalla "comunicazione socializzata". Nel caso ad esempio della *media politics* è la politica sui media e con i media. Così anche la politica oggi è politica mediatica. I leader, i messaggi come le organizzazioni che non esistono nei media non lo sono neanche nella mente del pubblico (*ibidem*, p. 241), dei cittadini-consumatori. Il controllo dei media diviene così una forma di potere. Le organizzazioni mediatiche sui mezzi di comunicazione di massa come su quelli di autocomunicazione di massa seguono la logica di aumentare influenza e risorse, espandendo e approfondendo il proprio pubblico. Come nel caso italiano di mediaset o Antenna 3 in Spagna. Per quanto negli ultimi anni la credibilità legata ai media di massa è notevolmente decresciuta. Nella comunicazione di massa gli obiettivi dei politici sono di costruzione del potere, la produzione di immagini più utili all'attore del potere. Spazi privilegiati in cui prende forma l'immagine per cui si rende importante la figura dei *gatekeepers*, i custodi dei flussi di

²⁵ Thompson J. B., 1998, *Mezzi di comunicazione e modernità. Una teoria sociale dei media*, Bologna, Il Mulino.

²⁶ *Ibidem*, p. 318

²⁷ Rheingold H., 1993, *Comunità Virtuali*, Milano, Sperling & Cupfer

comunicazione (Curran, 2002; Bennett 2007; Bosetti, 2007), che devono essere in grado di garantire l'accesso a messaggi e messaggeri da parte delle audience. L'informazione che ha maggior successo è quella che massimizza gli effetti di intrattenimento corrispondenti alla cultura consumistica di marca. Inchieste di intrattenimento e discussione informata che hanno mosso la "democrazia deliberativa" sono in contrasto con la cultura contemporanea, non perché le questioni importanti non rivestano interesse per i pubblici ma per il fatto che necessitano di essere presentati nel linguaggio dell'*infotainment* (come l'economia, la guerra etc.). Sempre più "l'attività esercitata dai politici, per lo più attraverso consulenti, che consiste nel comunicare le cose in modo favorevole a sé, cercando di nuocere ai loro avversari" (Bosetti, 2007, p.18) e che caratterizza lo *spin* (inteso appunto come l'uso dei media e l'elaborazione quotidiana dell'informazione). Obiettivo della politica mediata è di "vincere e tenere per sé il più a lungo possibile le spoglie della vittoria", attraverso un messaggio ai cittadini per sostenere un candidato e respingere gli avversari "*The message is the medium*" (Castells, 2010, p. 256). L'intrecciarsi degli strumenti della scienza politica e della psicologia della comunicazione ha determinato una nuova forma di politica *informazionale*. Politiche e strategie servono alla politica mediatica per identificare valori, convinzioni, opinioni, comportamenti sociali e politici di segmenti della popolazione identificati per distribuzione geografica e spaziale. Nonostante tattiche e strategie comunicative per la costruzione della migliore immagine, dai dati Gallup ed Eurobarometro emerge come i cittadini oggi non si fidano dei propri governi o parlamentari e soprattutto disprezza i politici ed i partiti. Si può dire che esiste una sorta di scomparsa della fiducia pubblica e di legittimazione della politica. Ciò si potrebbe ipotizzare essere dovuto non solo dall'insoddisfazione di particolari scelte politiche e lo stato dell'economia. I dati dei sondaggi mettono in evidenza come "la percezione della corruzione è il più significativo elemento di predizione della sfiducia politica" (Castells, 2010, p. 363). Ma la sfiducia politica non vuol necessariamente dire una diminuzione alle urne o la riduzione dell'impegno civile. L'opinione comune porta a pensare però che una sfiducia prolungata possa generare insoddisfazione verso il sistema politico avendo ripercussioni critiche verso la *governance* democratica (*ibidem*). Ma nelle istituzioni statali di governo possono muoversi con azioni extra procedurali a favore di gruppi di interesse o individui e questo fa diminuire il rispetto di delega di potere ai governanti. "Ciò che ne segue è una crisi di legittimazione; ossia una crescente sfiducia nel diritto dei leader politici di prendere decisioni in nome dei cittadini per il benessere della società" (*ibidem*, p. 365).

1.6 Spazio pubblico mediato

Dice Noam Chomsky: "Una delle principali ragioni del segreto di stato è difendere gli stati dai propri cittadini. L'aspetto più importante dei documenti resi pubblici da Wikileaks è quello che ci dicono della leadership occidentale: il profondo disprezzo del governo americano per la democrazia. La popolazione dei paesi di cui parlano i diplomatici statunitensi è irrilevante, quello che conta veramente per loro è l'opinione

dei governi e dei dittatori dei paesi che appoggiamo”. Scrive l’Economist: “Se il segreto è necessario per la sicurezza nazionale e per l’attività diplomatica, è anche inevitabile che la prerogativa della segretezza sia usata per nascondere i misfatti degli stati. Organizzazioni come Wikileaks sono il meglio che possiamo sperare per promuovere il clima di trasparenza e responsabilità necessario per un’autentica democrazia liberale”. Se un intellettuale radicale come Noam Chomsky e un giornale moderato come l’Economist sono d’accordo, vuol dire che Wikileaks ha colto nel segno. (Giovanni De Mauro)

Il web 2.0 è il luogo ove tutti possono pubblicare, uno “spazio pubblico simbolico” terza dimensione dell’azione sociale e dei vissuti individuali (Grossi G., 2004). Dove io dico, tu pubblichi, dove chiunque può dire qualcosa. Le informazioni arrivano in tempo reale. I network sono “individualisti” per Castells (2001) che rinuncia all’idea che esista una società e relativizza il problema per capire ciò che accade quando puntiamo sugli individui, i network sono una forma temporalizzata della complessità, esiste una virtualizzazione di quei legami sociali che Granovetter²⁸ individua come legami “deboli”. Il privato e il pubblico sconfinano in quel concetto ideale coniato da Habermas, per cui il privato induce a conseguenze di carattere “pubblico” e dunque “a qualche specie d’intervento politico”. Pertanto già Habermas sosteneva che lo spazio pubblico vada ripensato. Si aggiunga però non attraverso un ritorno ad una sfera pubblica borghese (elitaria), in contrapposizione a quelle che sono le caratteristiche assunte dalle democrazie moderne Durkheim indica la necessità di identificare e tradurre in termini politici concreti gli spazi di comune interesse. La Rete di Interlocazione è strutturata in conversazioni integralmente generali. Thompson²⁹ sottolinea come l’idea di spazio pubblico sia nata in Habermas prendendo a studio la sfera pubblica borghese del XVIII secolo, identificando nella stampa periodica una componente di conversazione iniziata e continuata nei luoghi di una “socialità borghese”. I luoghi III rappresentano per Lars la “palestra democratica” ove si può conversare con altri sconosciuti (i membri della società) in modo sciolto o con scioglievolezza. Dove il capitale sociale è informale e “il valore dello spazio pubblico dipende dalla capacità di organizzare socialmente una sfera di mediazione di soggettività, esperienza, coinvolgimento e generalità”³⁰. Anche Marinelli³¹ vede in modo forte e presente la “socievolezza” nei media interattivi, dove i nodi rappresentano le unità minime del grado di socievolezza nell’arco di legami che uniscono il set agli usi. Già per George Simmel era forte l’idea che “l’argomento di cui si parla non è fine a se stesso [...] ma vale come strumento per alimentare la vitalità, l’autocomprensione e la coscienza collettiva del gruppo [...] che si regge su un punto d’equilibrio che è il caso di indicare con etica «socievole»”. “Società in rete”, o come le definirebbe Habermas “reti di comunicazione”, società che ruotano attorno le reti delle tecnologie, dell’informazione ove gli esseri umani entrano in relazione di produzione, riproduzione, consumo, esperienza e potere,

²⁸M. Granovetter, 1998, *La forza dei legami deboli*, Napoli, Liguori

²⁹J. B. Thompson, 1998, *Mezzi di comunicazione e modernità. Una teoria sociale dei media*, il Mulino, Bologna

³⁰D. Innerarity, 2008, *Il nuovo spazio pubblico*, Meltemi Editore, Roma

³¹A. Marinelli, R. Paltrinieri, G. Pecchinenda, A. L. Tota, 2007, (a cura), *Tecnologie e culture dell’identità*, Franco Angeli, Milano

espressioni di una comunicazione dotata di senso (nell'accezione weberiana) e codificata secondo i parametri della cultura. In tale società il tempo e lo spazio si dilatano e il potere dello stato costituisce solo una delle dimensioni. I valori sono quelli che le istituzioni dominanti decidono che siano tali. Il potere statale dipende da ciò che la gente crede e il sistema dei mezzi di comunicazione, Internet, potrebbero precedere oggi il potere statale (Castells M., 2009). Tanto che parallelamente al grande mondo globale corre un "piccolo mondo" fatto di hub, nodi e link, dove "la complessità ha un'architettura ben precisa [...] così da capire l'importanza delle reti" (Barabási A.L., 2004, p. 8). Un luogo virtuale ove la comunicazione assume nuove forme, spostando gli assi verso un orizzonte che permette ai cittadini/consumatori/pubblici non solo di argomentare su argomenti di pubblico interesse ma anche di poter incidere su decisioni importanti per l'ampiezza collettiva. E' proprio lo spazio "virtuale", in quella che è una comunicazione orizzontale di rete, ad aver dato, la sera del 25 marzo, a Rai per una notte, l'eco necessario per contrastare un'ingiusta censura nata dalla contingenza delle elezioni politiche in Italia. Spazio condiviso anche nel caso del fenomeno di portata globale come *Occupy Wall Street* per cui una cospicua popolazione inizialmente americana ha coinvolto come un'onda una moltitudine di portatori di interessi per combattere un potere economico/finanziario di cui solo pochi si sono appropriati. Degli antesignani *Indignados* che hanno preso vigore dalle piazze e luoghi simbolici di potere spagnoli. Un'osservazione partecipata, etnografia dei media digitali, svolta al fine di convalidare l'ipotesi che lo spazio pubblico "non è mai una realtà precostituita" (Innerarity, 2008) ma si muove all'interno di reti capaci di generare e garantire socievolezza³² tra coloro che le vivono e agiscono. L'obiettivo è stato quello di comprendere cosa è oggi da considerare spazio pubblico e in tal caso se sia più sufficiente riferirsi singolarmente ad uno spazio pubblico o meglio parlare degli spazi pubblici connessi (tra un online ed un offline). Nello spazio che si riconosce come *social web* ove, ripercorrendo lo sguardo simmeliano si sviluppa socievolezza, intesa come forma pura, senza alcun fine al di fuori di sé se non nel piacere di associarsi, la socievolezza³³, "che permette di realizzare armonicamente la parte della personalità individuale che consiste nell'identità di gruppo" (Mora E., 1994, p.48), pur non essendo la base di sviluppo, si inonda nella sfera pubblica, in quel contesto emergente di argomentazioni, su contenuti ritenuti di pubblico interesse. "Luoghi terzi" di habermasiana memoria³⁴, in cui poter osservare non solo tendenze di razionalizzazione strumentale (nell'accezione weberiana) del moderno, ma le controtendenze che in essa si producono dal "basso". Espressioni che trovano

³²G. Simmel, 2005, (ristampa), *La socievolezza*, Armando Editore, Roma

³³ La socievolezza pur formata dagli individui prescinde gli scopi individuali e ha il suo fine in se stessa. Motivo dominante della socievolezza è la "reciprocità" come atto puro e semplice. Ciascuno può realizzare i propri valori sociali al patto che anche gli altri li realizzino, come se tutti fossero uguali, a prescindere dalle diverse collocazioni e rilevanze sociali. Il reciproco riconoscersi e il reciproco concedersi spazio per la socievolezza, fa sì che si realizzi un continuo scambio fra eguali come forma d'interazione paritaria e democratica. Cfr. G. Simmel, 2005, *La socievolezza*, Armando Editore, Roma.

³⁴ Nel tempo la cultura politica si è trasformata grazie non solo ai salotti ma ai caffè e alle società conviviali che animavano la vita borghese. Lo stesso Habermas dimostra come lo sviluppo dei mezzi di comunicazione, basati sulla stampa, ha consentito l'espressione di un "opinione pubblica" che era lontana dalle posizioni ufficiali dello stato.

ancoraggio di senso nella posizione contingente della comunicazione, ove le coscienze rappresentano la base riproduttiva della comunicazione e del senso sistemico, sociale. Agorà che perdono i propri confini di localizzazione geografica per divenire punti d'incontro significativi. Impegno civico (*civic engagement*) che si rafforza in spazi simbolici che Sashia Sassen chiama "street". Nodi di incontro significativi anche nell'off line in cui cittadini-consumatori portano avanti le proprie istanze, a causa della *debacle* dei governi, mossi da una corresponsabilità tesa alla ricerca di interessi comuni condivisi. Una cultura partecipativa che prende mosca da un nuovo senso civico mediato dai social media che trova modo di esprimersi attraverso le "virtù" di un consumo critico.

Spazio a forte impatto nel panorama pubblico. Nel caso di Rai per una notte, il programma nato come sciopero bianco indetto dalla Fnsi (Federazione Nazionale Stampa Italiana) e dall'Usigrai (Unione Sindacale Giornalisti Rai) con lo scopo di difendere l'informazione e la libertà di stampa. L'iniziativa è partita da Michele Santoro come risposta all'imposizione da parte di Agicom, l'organo di governo della tv pubblica per l'ultima campagna elettorale, di sospendere trasmissioni di carattere politico, in onda, nei contenitori *mainstream*, quali Anno Zero, Porta a Porta, Ballarò e Ultima parola. il pubblico tende a costituirsi in una persona sola, mentre l'informazione è sempre più personalizzata e la necessità di raccontare ciò che accade dietro le quinte attraverso contenuti, foto o video è sempre più forte e dove chi partecipa, attraverso contenuti/caratteri, profonde il suo stile attraverso quelle che sono trasformazioni transmediali partecipative. Sia nel caso italiano preso in esame come dei casi internazionali come Occupy Wall Street, la comunicazione di rete ha raggiunto forme di coinvolgimento importanti sull'opinione pubblica connessa, i cui confronti di saperi investono reti di partecipazione dal basso. Si sperimenta un modo "altro" di esprimersi in cui le opinioni che si diffondono sono "idee" condivise, poiché "nella comunicazione non avviene nessun trasferimento d'informazione; invece posso 'sintonizzarmi' con un altro, come in una danza" (Boccia Artieri G.). D'altronde la "software culture" è una realtà antropologica in cui siamo totalmente immersi senza rendercene conto. Un collante non sempre visibile tra i sistemi sociali, economici, culturali e politici della società. Lev Manovich³⁵ definisce il software oggi "la nostra interfaccia con il mondo, con gli altri, con la nostra memoria e la nostra immaginazione; un linguaggio universale attraverso cui il mondo comunica e un motore universale grazie al quale il mondo si muove". Il mito o narrazione rete, ha ottenuto un forte impatto nello spazio pubblico post-moderno. Slavoi Zizek (2008) sostiene difatti che "l'età delle grandi narrazioni è finita e abbiamo bisogno di un pensiero debole contrapposto ad ogni fondazionalismo in politica così che non dobbiamo più aspirare a sistemi onnicomprensivi e a progetti di emancipazione globali ma solo a forme specifiche di resistenza e intervento". Azioni intenzionali rivolte a sorreggere l'architettura della società che possono a volte anche modificarla, in quello che, Peter Berger³⁶, osserva come paradosso sociale poiché se è vero che "la società ci definisce è a sua volta definita da noi". L'obiettivo è coltivare la

³⁵ L. Manovich, 2010, *Software culture*, Edizioni Olivares, Milano

³⁶ P. L. Berger, 1970, *Invito alla sociologia*, Marsilio Editori, Vicenza

diversità, molteplicità di forme organizzative, principio di pluralismo regolato che delinea un ampio spazio istituzionale, andando oltre lo spazio illimitato tra stato e mercato.

I siti di social network divengono spazi pubblici mediati nel senso di ambienti digitali in cui le persone possono incontrarsi pubblicamente attraverso la tecnologia. Assumendo una familiarità come se fossero spazi familiari, come fossero centri commerciali, parcheggi o altro ancora. I giovani usano tale spazio ad esempio per entrare in contatto con altri, cercando un coinvolgimento in conversazioni. Gli spazi pubblici hanno funzioni differenti nella vita sociale: l'interiorizzazione delle norme sociali per comunicare attraverso uno standard condiviso. Assumendo come propri i comportamenti corretti da dover assumere in determinate situazioni in base alle reazioni degli altri. Definendo come "realtà" alcuni atti o espressioni perché ci sono testimoni che li riconoscono³⁷. I siti di social network sono uno spazio pubblico seppur atipico rispetto quelli tradizionali per via di caratteristiche che li rendono unici e che si rifanno comunque a quelle caratteristiche intrinseche della rete quali la persistenza, la ricercabilità, la replicabilità, ma anche il pubblico invisibile.

- ❖ *Persistenza*: la traccia lasciata da ogni utente sulla Rete rimane visibile a tutti a distanza di qualunque larghezza temporale si assuma come unità di misura;

- ❖ *ricercabilità*: che permette di tracciare le ombre dei passi di ogni utente;

- ❖ *replicabilità*: che permette di copiare/condividere qualunque conversazione da una parte all'altra della Rete, così da trovarsi a discutere sulla "reputazione" delle conversazioni;

- ❖ *il pubblico invisibile*: per cui non è facile tenere sotto controllo coloro che leggono le nostre conversazioni o conversazioni che ci riguardano, così che a partecipare si trovano anche pubblici che non erano presenti al momento in cui si è iniziata. Questo rende impresa difficile dare una definizione dello spazio pubblico mediato soprattutto perché ci si rivolge il più delle volte ad un pubblico presunto, una audience variabile. Ciò a dire che nonostante Internet permetta di raggiungere milioni di persone, la maggioranza dei soggetti viene ascoltata da pochi che possono, per interesse della conversazione e indici di ascesa, divenire molti. Inoltre poche sono le possibilità di redigere muri proprio per la replicabilità di narrazioni e dei *search* che non permettono una difesa se non temporanea. Una diffusione sfruttata anche dai giovani attivisti che usano la diffusione dei messaggi nei siti più importanti di social networking per spingere gli studenti a "protestare" o "votare" come nel caso di *Occupy Wall Street* in cui giovani (definitisi il 99%) si sono uniti contro l'1%, i detentori di potere finanziario) o per protestare contro la privatizzazione dell'acqua.

I contenuti trovano ancoraggio di senso nella posizione contingente della comunicazione, ove le coscienze rappresentano la base riproduttiva della

³⁷ Cfr. H. Arendt, 1964, *Vita Activa. La condizione umana*, Bompiani, Milano

comunicazione e del senso sistemico, sociale. In cui lo spazio della politica è lo spazio di “inter-esse” o “dell’essere fra” come proponeva Hanna Arendt, il fatto dunque di esistere in uno spazio che è anche costitutivo di rapporti specificamente politici, di rapporti che si fondono tra i diversi attori. Conversazioni che se un tempo avevano inizio e continuazione nei “luoghi della socialità borghese”³⁸ oggi si articolano in luoghi “altri”, virtuali³⁹. Qui i rapporti possono assumere anche forma politica, ricollocandosi all’interno di un sentiero segnato ancora da Arendt e che definisce non politici quei rapporti che si fondano su “essere la stessa cosa” così che non è la fratellanza, quanto l’amicizia ad essere un legame specificamente politico, in quanto la politica è l’arte, essenzialmente, della pluralità. In un luogo-network che può essere letto come modello organizzativo, fenomeno con un’organizzazione decentrata, segmentata e reticolare, una rete pluricentrica di partecipanti autonomi, tenuti insieme da una comune ideologia⁴⁰. Ivi le politiche non sono solo quelle relazioni che si creano fra i diversi. Tant’è che se la politica ha bisogno di spazi che garantiscano la vita di “inter-esse”, ricorda ancora Arendt, dall’altro è importante che la politica si nutra della dimensione de “l’apparire”, sottolineando la similitudine tra “teatralità e politica” (Arendt, 2003).

Le nuove forme di partecipazione politica si costruiscono essenzialmente sulle variabili della rappresentazione-organizzazione e adesione-azione (Boccia Artieri G.). La rete difatti offre grandi possibilità di networking, cioè di quel processo che, nell’espandere la matrice di connessione di quanti sono implicati nello stesso, rafforza l’identità e la creatività degli individui e dei gruppi partecipanti, ponendo al tempo stesso le basi per l’affermarsi della rete e per l’ulteriore sviluppo e potenziamento del modello. La forza generatrice dell’opinione pubblica connessa è nel mito (inteso come narrazione) rete, “spazio di creazione di linguaggi, territorio di negoziazione tra soggettività vecchie e nuove, in cui poter osservare le diverse forme della comunicazione” (Boccia Artieri G., 2004). Riprendendo così concetti di pubblico interesse in una comunicazione che si muove nella direttrice orizzontale e che si rivolge ai molti verso molti, (o anche ai pochi verso pochi), ma che non è mai unidirezionale e che non necessita allo stesso tempo del comparto mente-corpo, agendo in tempi asincroni⁴¹. Una piattaforma ove ha avvio la produzione di linguaggio, un ambiente in cui le esperienze si complessificano e si sviluppa solidarietà.

³⁸ J. Habermas, 2002, *Storia e critica dell’opinione pubblica*, Laterza, Roma-Bari

³⁹ Da Erwin Goffman al più contemporaneo Joshua Meyrowitz, che analizza l’influenza del medium televisivo sui processi di personalizzazione e spettacolarizzazione della politica (Meyrowitz, 1993): la vita privata del leader esce dal retroscena per finire “risucchiata” dalla ribalta, trasformandosi progressivamente in fattore strategico tanto ai fini del successo di una campagna elettorale quanto nella determinazione degli esiti di una carriera politica.

⁴⁰ A. L. Barabási, 2004, *Link. La scienza delle reti*, Einaudi Editore, Vicenza.

⁴¹ Per Bentivegna un “nuovo rapporto lega i destinatari e gli emittenti della comunicazione” che assume una doppia valenza “orizzontale e verticale della comunicazione”. E’ “di tipo verticale, ma assente nei media tradizionali, se non sotto le sembianze del pubblico nei talk-show, quella comunicazione che il cittadino, prima nei panni del destinatario, assumere ora i panni dell’emittente costruendo ora un flusso comunicativo diretto all’esponente politico, calato adesso nel ruolo del destinatario. La comunicazione diventa orizzontale, invece, quando coinvolge in un rapporto di parità tutti i soggetti: essa si rintraccia all’interno di gruppi di discussione e nelle varie occasioni di organizzazione di iniziative e/o di mobilitazione. L’elemento dell’interattività si coniuga, in questo caso, con quello dell’orizzontalità dando

Nel luogo virtuale i soggetti, ricorrendo alle proprie forme di creatività, esprimono le proprie opinioni sull'opinione. Così il “sociale si auto-osserva in modo crescente per pre-vedere al fine dell'auto-controllo⁴²” (Boccia Artieri G., 2004, p. 139). Gli attori che partecipano alla comunicazione sono al tempo stesso mittenti e riceventi di un ecosistema, società in Rete in cui gli esseri umani entrano in relazione di produzione, riproduzione, consumo, esperienza e potere, espressioni di una comunicazione dotata di senso e codificata secondo i parametri della cultura (Castells M., 2009). “Il potere della rete al tempo della globalizzazione è il coordinamento sociale tra attori multipli collegati alla rete” (Grewal, 2008).

1.6.1 Spazio pubblico e conflitto

Cercare dunque oggi una definizione per spazio pubblico diviene un compito non facile. L'incontro virtuale di una moltitudine di individui nel cyberspace, inteso come universo della rete, si presenta inoltre un fenomeno irreversibile. Allo stesso tempo lo spazio pubblico tradizionalmente inteso perde la sua identità iniziale per essere riletto come estensione dello spazio domestico, commerciale, pubblico. Come nel caso della Spagna che ha vissuto intensamente il tessuto urbano delle sue città rivitalizzato in una grande quantità di piazze che si incontravano attraverso l'unica piazza mediatica. Incrocio di luoghi di incontro, ma anche sosta. Una rivitalizzazione urbana che trova incontri non solo nelle agorà delle città ma nei luoghi simbolici rinviati a tradizioni, poteri, ideologie, siano essi proficui o da contrastare. Per tal motivo l'idea di spazio pubblico coincide sia con quella di vuoto ma anche se ne distacca. Un consumo semantico di spazio pubblico “vuoto” nel senso estetico e simbolico trasmesso dallo spazio urbano. Un vuoto inteso come frattura ma anche soglia tra differenti zone edificate, *street* (Sassen, 2008), che costituiscono i nodi, “agorà”, la scena di un evento che riguarda i livelli più profondi dei significati che la città esprime nel tempo. Cavità urbane (nel senso di teatro di accadimenti che attingono al tragico) o luogo di libertà ritrovata. Un'idea di spazio pubblico off line, vie capaci di riassumere il senso mutevole che i luoghi della vita collettiva dovrebbero esprimere. Spazi pubblici intesi come spazi in cui si riescono ad avviare attività collettive. Gli studi urbanisti mettono in evidenza, a tal proposito, come la modificazione delle aree dismesse produce occasioni per ricavare nuovi ambienti di incontro mentre è lo stesso declino di ciò che è locale a rafforzare le identità delle singole parti della città per cui le piazze divengono strategici spazi di riconoscibilità. Ma lo spazio pubblico si riconosce in base anche ad alcune caratteristiche morfologiche, che più tradizionalmente sono una cavità di confini precisi definiti da mappe

vita ad un rapporto comunicativo esperibile esclusivamente in rete”. Cfr. S. Bentivegna, 1999, *La politica in rete*, Meltemi Editore, Roma.

⁴² Per N. Luhmann “Le norme nascono come prodotto secondario della loro trasgressione, vale a dire retrospettivamente”. Così che i motivi di discordia al tempo della globalizzazione possono assumere i motivi diversi: dalla privatizzazione dei servizi, alla distruzione dell'ambiente, alla speculazione finanziaria o all'imperialismo culturale”. Cfr. N. Luhmann, 1999, *Conoscenza come costruzione*, Laterza, Bari-Roma.

progettuali, e che possono divenire spazi significativi di particolari memorie. Accanto allo spazio pubblico prende vita, dunque, uno spazio che è “antipolare” alla città, lo spazio virtuale che produce e misura le differenze. Uno spazio che si lega strettamente con quello reale della città. Un luogo in cui il conflitto si definisce spesso a livello globale. *Il conflitto diviene la vera anima dello spazio pubblico, la dimensione nella quale esso mostra la sua autentica necessità, il suo principio e insieme il suo senso ultimo, che dunque non prende forma solo nelle città ma che da questa non se ne distacca.* Spazio pubblico virtuale in cui sussiste uno scontro che si presume violento e duraturo, tra realtà e virtualità. Conflitti che si trasformano in sommosse e che possono essere comprese solo attraverso la lettura di tre componenti che si sono presentate allo stesso tempo, e per tal motivo inscindibili per una corretta lettura. Sommosse che prendono forma nella strada, a cui viene attribuito il significato di spazio privilegiato, tra coloro che non hanno accesso ai consolidati e codificati strumenti politici per la propria azione politica; in una situazione economica, che vede la perdita del lavoro, di reddito, la riduzione dei servizi sociali per una parte rilevante della popolazione; che si consolidano attraverso i social media, che diventano uno strumento davvero efficace per far crescere una mobilitazione. Come nel caso di Occupy Wall Street o anche degli Indignados, per cui social media come Twitter e Facebook sono stati usati per informare su ciò che stava accadendo e per invitare i cittadini a scendere nelle strade. La grande capacità dei social media di funzionare come strumento di coordinamento della rivolta è data dal fatto che la successione degli eventi appare come un domino predestinato. *Di fatto il cyberspazio dona autostrade informatiche di una metropoli invisibile che corre parallelamente alla realtà urbana. Luogo virtuale che assume centralità negli orizzonti comunicativi, in cui il conflitto, che aveva dato vita ai vuoti della città, riassume importanza nei paesaggi mentali della metropoli.*

Uno degli aspetti interessanti e che emergono anche dal nuovo lavoro della sociologa americana Sassen, all'interno del progetto di ricerca *The Global Street, Beyond the Piazza*, è la riflessione sulle *global cities*. *Ivi assume un ruolo rilevante la cosiddetta cultura di strada nel condizionare forme di azione politica a Nord come al Sud del pianeta.* I conflitti di strada, che per la storia moderna erano complementari alle forme politiche consolidate, hanno assunto di recentemente un ruolo di spicco da quando l'occupazione dello spazio è espressione del potere dei movimenti sociali. Come nel caso delle recenti mobilitazioni a Tel Aviv o a Madrid con gli Indignados dove si è potuto osservare vere e proprie occupazioni delle piazze che sono durate giorni, settimane, sperimentando forme di organizzazioni e di decisione politica distanti da quelle dominanti nelle società. *Forme di protesta, evidenzia ancora Sassen, che coinvolgono una composizione sociale eterogenea: disoccupati, ma anche lavoratori manuali di imprese che hanno conosciuto processi di downsizing e delocalizzazione, colletti bianchi, ceto medio impoverito.* Forme di protesta che nascono e si consolidano al di fuori degli attori politici tradizionali (partiti, sindacati). A Madrid gli Indignados portano avanti differenti istanze ad iniziare dal lavoro, i servizi sociali, e allo stesso tempo anche una profonda trasformazione del rapporto tra governo e governati. *La piazza globale della Rete trova espressione nelle piazze e ancor meglio nelle strade che divengono*

non solo il luogo dove avanzare rivendicazioni, ma anche spazio per rendere manifesto il potere dei movimenti sociali. Soprattutto allora quando si assiste a un imponente spostamento della ricchezza da una parte della società verso un'altra. E questo coinvolge le risorse finanziarie dello stato, del piccolo risparmio, delle piccole attività imprenditoriali. Una sorta di concentrazione della ricchezza nelle mani di una esigua e tuttavia ricchissima minoranza. E tutto ciò senza che tale concentrazione della ricchezza possa essere recuperata attraverso il sistema della tassazione. Un dramma che mette in relazione i continenti. Disparità accentuate dal punto di vista di un "profilo spaziale della disuguaglianza, evidente sia nella geografia delle infrastrutture telematiche che nelle geografie emergenti dello stesso spazio elettronico" Sassen (2002, p.188). Questa nuova disuguaglianza geografica all'accesso è visibile ad esempio nei progetti per la banda larga nel Nord Italia ed alle difficoltà nei paesi del Sud, soprattutto quelli svantaggiati economicamente o per catastrofi naturali. Sassen, a tal proposito, pone l'accento su come "l'interscambio mondiale di servizi e prodotti del settore delle comunicazioni si è verificato sullo sfondo di acute disuguaglianze nella dotazione di infrastrutture" (2002, p. 189). Altro esempio è la Rete generale europea che dal Novanta fornisce otto canali di due megabyte, ci dice Sassen, ma solo fra i nodi di Francoforte, Parigi, Londra, Madrid e Roma. Ma anche nel cyberspazio gli utenti trovano forti disuguaglianze di accesso. "Chi può pagare avrà un servizio rapido mentre chi non può si troverà lunghe code". Pur tuttavia il web, più economico e semplice attraverso interfacce standard spessamente *user-frendley*, è un *incubatore di legami provvisori e "t(ot)ematici"* che non necessitano di relazioni fisiche tra gli individui per esistere ma di obiettivi, interessi, passioni, culti comuni, tra cui un ruolo significativo hanno le iniziative progettate collettivamente in rete ma realizzate offline. I paesaggi urbani vengono disegnati in mappe a strati, capaci di mettere in luce delle "specie di spazi" (Perec, 2000) che quotidianamente attraversiamo: interstizi, nicchie, crepe, slarghi, superfici, apparentemente senza storia e significato. Le tecnologie di georeferenziazione e le applicazioni di *geotagging*, consentono già di correlare territori e mappe che pur non essendo il territorio permettono di conversare con esso, incorporando porzioni, contenuti, informazioni⁴³. Il mondo offline si riempie di link, tag, *pop up*, proprio come una pagina web, e questo lo potenzia, lo densifica in termini di contenuti erogabili e lo trasforma in un luogo iperreale (Baudrillard) in cui tutti gli elementi diventano contenitori di dati. Già Bruce Sterling nei primi anni Novanta del secolo scorso parlava di "embrocazione" intendendo con ciò un rapporto tra due mondi, reale e virtuale, che non si autoescludevano come opposti concettuali, ma che divengono dialetticamente complementari perché "dall'uno, il *reale*, emerge, ad un diverso livello, l'altro, il *virtuale*". Nello spazio fisico si consolidano legami locali tra le "tecno-tribù" della Rete e le città interferendo, contestualmente, con la convenzionale separazione tra pubblico e privato (Maffesoli, 2005). Gli spazi metropolitani diventano palinsesti riscrivibili, luoghi che non sono più solo snodi globali, geografici, economici, socio-culturali, ma anche panorami metamorfici e disgiuntivi, generatori di una nuova antropologia

⁴³ Cfr. (articolo) P. Martello, *Panorami urbani on-offline On-Offline Urban Landscapes*, in www.panoramiurbanion-offline.pdf

urbana che, nella ricorsività esperienziale online/offline, fonda le sue premesse espressive. (Appadurai, 2001).

1.7 Spazio e potere

L'arena digitale è luogo di trasformazioni non solo delle informazioni ma è "teatro di operazioni per il capitale globale e per la sua accumulazione". Tale affermazione, di Saskia Sassen (2002, p.197), permette di comprendere come lo spazio digitale si muova parallelamente ai meccanismi che organizzano la società e l'economia. Internet si riconosce come spazio di potere diffuso, ciò vuol dire una possibilità limitata di controllo (sia esso autoritario o monopolistico). Uno spazio comunque conteso e a volte segmentato. E' da evidenziare che quando si parla di potere delle Reti si fa riferimento ai possessori privati delle reti del computer. Pur tuttavia questi segmenti, che un tempo non godevano delle prerogative di Internet, divengono oggi da considerare per una esaustiva analisi, ricollocandoli all'esterno di eventuali valutazioni poiché corrispondenti ad un potere gerarchico che si allontana dalla logica propria della Rete in cui, invece, sussiste un potere diffuso. Ciò che si può pensare è che Internet e le reti private coesistono da anni oramai. Per tanto, il sollevare lo sguardo d'osservazione dai segmenti posseduti da pochi, non comporta particolari deficienze alla ricerca in sé, tanto che anche per Saskia Sassen lo spazio aumentato è da leggere secondo imprescindibili condizioni:

- ❖ iperconcentrazione di risorse, infrastrutture e funzioni centrali in città globali in siti strategici, soprattutto dopo la digitalizzazione e globalizzazione dei settori economici;
- ❖ importanza economica dello spazio digitale che ha favorito alleanze globali di capitale;
- ❖ tali presupposti hanno generato nuove forme di segmentazione.

Lo spazio digitale è divenuto, intanto, uno spazio delle operazioni di capitale globale. Ciò a dire che i protagonisti dello spazio elettronico (imprese e società civile) che sino a poco tempo fa avevano pochi rapporti in tale spazio, ora si incrociano (Sassen, 2002, p. 198). Un incrocio inesistente soprattutto quando le aziende operavano su siti elettronici privati del computer. Da quando poi il World Wide Web, la parte multimediale di Internet, è esploso le tendenze sono divenute della deregolamentazione e privatizzazione, mentre l'industria delle telecomunicazioni opera globalmente. Ciò vuol dire un'alterazione del ruolo dello Stato ed una conseguente importanza della società civile intesa, quest'ultima, come luogo ove una "molteplicità di interessi pubblici può, più o meno abilmente, resistere all'influenza preponderante dei nuovi attori globali aziendali" (*ibidem*, p. 199). Tanto che società civile e ONG muovono le proprie

azioni nel cyberspazio, attraverso un uso e azioni che partono dal basso. Ciò ha comportato una perdita di controllo degli stati nazionali, lì dove cresce l'integrazione dei sistemi nazionali nelle reti di comunicazione globale. Stati nazionali "saranno sollecitati ad aiutare le imprese a rimanere nella rete elettronica globale, [per evitare] l'estromissione dalla rete economica globale" (*ibidem*). Un interesse negli investimenti esterni non solo per l'eventuale controllo delle infrastrutture nei paesi in via di sviluppo, dando luogo ad un impero coloniale che agevoli il commercio, ma anche per minimizzare gli interessi della collettività. "Il sistema politico, anche nei paesi sviluppati, è ancora fermo all'epoca predigitale" (*ibidem*). Il rischio emerso già dal 1994, di essere governati da multinazionali la cui responsabilità è di fatto solo verso il mercato, si è sommato ad un declino del ruolo dello Stato. Creando un vuoto politico. Ma la svolta a questa situazione sembra emergere proprio dall'arena digitale essendo "una nuova fonte di trasformazione fondamentale della società, si deve svilupparla come una delle forze trainanti di uno sviluppo equo e sostenibile del mondo" (Sassen, 2002, p. 199). Divenendo uno spazio importante nei dibattiti politici sulla società in merito ad equità e sviluppo. Evitando che solo imprese e mercato guidino il dibattito politico. "Il lato buono della nuova tecnologia, dalla partecipazione alla telemedicina, non scaturirà necessariamente dalle dinamiche di mercato" (*ibidem*). Strumenti digitali capaci di destabilizzare i luoghi del potere.

La Rete dunque, spazio di potere diffuso, cresce anche in contrapposizione all'espansione del mercato, luogo di pratiche democratiche in quanto luogo contenente forme di resistenza contro il mercato e il potere gerarchico. Per Sassen bisogna superare l'idea di spazio libero, per quanto la rappresentazione di Internet emersa dal 1994 richiama di certo una lettura critica, in cui tener conto di immagini quali la contesa e la resistenza, più che "sulla favola dell'interattività". Internet è di certo uno spazio intensamente usato dalla società civile che seppur con base abbastanza ampia è ancora minoritaria. Spazio elettronico privato che sta alterando la struttura di quello pubblico.

CAPITOLO SECONDO

POTERE NELLA SOCIETA' 2.0

«La consegna ad uno o ad alcuni della capacità (riconosciuta legittima) di stabilire regole per tutti, di imporre a tutti il rispetto di queste o in conclusione di prendere decisioni obbligatorie, in fatto o in diritto, per tutti».
(Raymond Aron)

*«[...] Cambia il mondo. Vedo oltre quel che c'è.
[...] Cambia il mondo. Le voci intorno a me.
[...] Cambia il mondo. Se al mondo sto con te».*
(Adriano Celentano)

2.1 Il potere nell'era globale

“Il potere⁴⁴ è più che comunicazione, e la comunicazione eccede il potere. Ma il potere si fonda sul controllo della comunicazione, come il contropotere dipende dall'infrangere quel controllo”.
(Manuel Castells, 2010)

Max Weber definiva la sfera di azione di ogni stato delineandola in senso territoriale, tanto da scrivere “oggi dobbiamo dire [in contrasto con varie istituzioni del passato basate sulla forza] che lo stato è una comunità umana che rivendica (ottenendolo) il monopolio sull'uso legittimo della violenza all'interno di un territorio. Si noti che il territorio è una delle caratteristiche dello stato” (1919, p. 78)⁴⁵. Uno stato-nazione che oggi perde parte del suo potere all'interno degli immaginari confini che delimitano il territorio di uno stato. Lì dove nazione, stato e territorio definivano i confini della società, sono stati ridefiniti dalla globalizzazione nei limiti territoriali dell'esercizio del potere. Bauman teorizza una nuova letteratura della politica del mondo globalizzato. Mentre Saskia Sassen (2006) ha messo in luce l'evoluzione delle relazioni di potere che è operata dall'evoluzione della struttura sociale verso gli “assemblaggi globali”. Relazioni di potere che esistono in specifiche strutture sociali sulla base di formazioni spazio-temporali non collocabili più a livello nazionale ma globali e locali allo stesso tempo. Se di fatto lo stato-nazione non scompare, le relazioni di potere divengono una delle dimensioni in cui operano

⁴⁴ Per gli antropologi il Potere è il superamento della morte. Questa branca di studi fa risalire la costituzione di società ad un atto di violenza. La convivenza tra gli uomini ha inizio con la violenza diretta verso un essere la cui morte è da ritenersi benefica per il mantenimento dell'ordine sociale. All'origine del potere dunque esiste una vittima che espropriata della sua innocenza dalla collettività le conferisce lo stato di colpevole potenziale e ciò sottrae la vittima dall'uccisione. “La vittima diviene una sorta di morte vivente, che certo apporta ordine e pace, ma solo perché restituisce, concentra e moltiplica quella stessa minaccia di annientamento che l'ha costituita come vittima” (Cfr. L. Alfieri, *L'immaginario e il potere*, p. 44). Il potere nasce, dunque, dalla violenza ed è costituito di violenza.

⁴⁵ Per Max Weber «Il potere è la possibilità che un individuo, agendo nell'ambito di una relazione sociale, faccia valere la propria volontà anche di fronte a un'opposizione». Non a caso Weber definendo il potere parla di forza e consenso (dalle parole tedesche *Macht* ed *Herrschaft*). La forza è intesa come la capacità di far valere, anche di fronte a un'opposizione, la propria volontà; il consenso come l'abilità di trovare obbedienza da parte di determinati individui in cui vi è un minimo di volontà di ubbidire, cioè un interesse all'obbedienza – il consenso è nella credibilità, frutto della percezione che il ricevente ha dell'integrità della fonte.

potere e contropotere. Andando verso l'evoluzione di una nuova forma di stato: "lo stato a rete" (Castells, 2010, p. 11). Per Mann "le fonti sociali del potere offrono una possibilità di lettura della questione [...] le società come costituite da multiple reti socio-spaziali di potere, che si sovrappongono e intersecano". Non sono più da cercare i confini territoriali dunque ma le reti socio-spaziali del potere. O come sostiene Sassen "le forme degli assemblaggi né locali né globali ma entrambe le cose". Per tanto la società in rete è costituita da configurazioni di reti globali, nazionali e locali in uno spazio multidimensionale di interazione sociale. L'ipotesi di Castells (2010) si fonda sulla configurazione che reti globali e locali possono ridefinire una nuova società. Se la rete, poi, è un insieme di nodi interconnessi di cui quelli più importanti sono chiamati centri ogni componente è un nodo, nella vita sociale le reti sono strutture comunicative. Quando un nodo della rete perde la sua utilità le reti tendono a riconfigurarsi. Per tanto le reti elaborano flussi che sono correnti di informazioni tra i nodi, in cui programmi e obiettivi rappresentano i codici di reti che cooperano e competono tra loro. Nella logica binaria di inclusione-esclusione, la distanza tra ogni nodo tende a zero quanto più questo è connesso con gli altri. I sistemi mediali sono divenuti i regolatori della sfera pubblica. "Il potere è più che comunicazione, e la comunicazione eccede il potere. Ma il potere si fonda sul controllo della comunicazione, come il contropotere dipende dall'infrangere quel controllo." (Castells, 2010, p. 20). Ma lo stesso sociologo spagnolo spiega "in che modo il potere è costruito nelle nostre menti mediante processi di comunicazione, dobbiamo andare al di là del come e da chi i messaggi sono originati nel processo di formazione del potere e trasmessi/formattati nelle reti elettroniche di comunicazione". Pratiche di potere che cambiano continuamente, assumendo forme e dimensioni differenti, in conformità alle modalità che lo rendono tangibile, un "meccanismo sociale". Divenendo uno "stato di relazioni", una modalità di tipo relazionale che si manifesta principalmente con l'asimmetria dei ruoli sociali degli attori, così che l'una comunica i propri valori e significati sull'altra che si limita a consumare e condividere il contenuto del messaggio. Ma il "potere comunicativo" diviene sempre più globale coinvolgendo una sfera pubblica che non sottostà ai confini degli stati-nazione, ad una sfera privata che viene pervasa dalla comunicazione nella sfera quotidiana. Ma se il potere è "relazionale" il "dominio è istituzionale". Ciò a dire che anche nella sfera della politica, il potere si fissa nella riproduzione delle istituzioni che poggiano sul dominio sociale. Un potere a cui oggi non ci si può riferire non richiamando il concetto di *consensus* popolare inteso come legittimazione data dal voto. Una *policy making* che è da intendere come "*making power*" soprattutto per via dei network sociali che divengono mezzi importanti per la conoscenza di massa di significati condivisibili. Per Innis il *bias* sulla tecnologia della comunicazione è da intendere come la tendenza verso una centralizzazione o decentralizzazione del potere (ad es. Eric Michaels aveva notato già nell'uso delle tv da parte degli aborigeni australiani come la comunicazione sia centralizzata per il controllo delle élite. La cultura aborigena che dà valore al tempo, al luogo e alle relazioni familiari è in contrasto con il modello di trasmissione standard delle tv che la minacciano). Il *bias* delle tecnologie della comunicazione sono dirette al web, in cui si tende a una decentralizzazione anche se la sua democratizzazione non è scontata.

2.2 Potere e Rete

“Realtà sociali” che sono sottoposte ad una *governance* del potere politico-istituzionali che sono anche risultato di relazioni con differenti stakeholder (portatori di interessi). Stakeholder che nell’auto-governance del potere relazionale, come nel caso di istituzioni degli stati-nazione, multinazionali economico-finanziarie, Ong, movimenti sociali, disegnano una realtà che non è più dipinta dalle sole burocrazie e nicchie locali. Scontrandosi con uno stato-rete a cui corrisponde una “società-rete”. Stato-rete che per Castells (2009) si avvale sempre più di sistemi mediali per conquistare quel consenso cedendo potere dal centro alla periferia, lasciando largo spazio alla responsabilità che da individuale tende ad essere condivisa. Dicendo ciò si crede di avere superato il rischio che Internet divenisse il prestanome di un qualche potere, pur tuttavia non dimenticando che esso è stato il contenitore del tecno-capitalismo finanziario (Shiller, 1979). Per quanto il non sprovveduto “popolo della Rete” dà espressione ad una “contro società di rete” per trasformarsi, ancora per il sociologo spagnolo, in “movimenti sociali” con funzioni di *advocacy* tramite le differenti narrazioni capaci di generare condivisione di significato che in base ai contesti, promuovono differenti ruoli. Dando vita ad un “noi” di “reti connesse” che mettono in relazione “cuore-mente”, un misto di emozioni tra empatia e decisionalità. Le informazioni dei media sociali divengono gli “stati di coscienza” che guidano le emozioni del comportamento umano, attraverso messaggi non dissonanti dalle attese della società-rete, dipingendo l’immaginario pubblico. Un contro potere che nasce nei movimenti sociali globali e locali, che danno vita ad una “politica sociale globale” (come ad esempio nel caso di Greenpeace o di “comunità di pratica” che sono *movimenti no global* che si organizzano attraverso eventi dalle espressioni pubbliche). Rete digitale globale “libera creazione di amanti della libertà” (Castells, 2009), che contrastano il controllo istituzionale come demone della libertà di auto-comunicazione globale e contro il contro-potere auto diretto. Il “potere della comunicazione” nelle società civili a livello mondiale è nella libertà verso una “auto comunicazione di massa” (*mass self-communication*). I movimenti usano la Rete – mail, chat, blog, social media – per poter auto-comunicare a livello planetario. Comunicando i cittadini auto-producono delle “neo-narrazioni di realtà” che sono “immagini e categorie valoriali”. Una contocultura sulle culture dominanti. Il web ed i social media in particolare divengono arene della politica che si sommano a quelle classiche ma che amplificano i partecipanti e i cittadini-consumatori. L’autocomunicazione di massa diviene anche auto comunicazione di movimenti che “fioriscono in rete” e che danno luogo ad una comunicazione globale. Una comunicazione influente e pervasiva, il world wide web è divenuto simbolicamente “movimento di liberazione”. Iperestesi autoprodotti, fatti di link, in cui i consumatori divengono auto comunicanti. “La cultura globale [...] è una rete aperta di significati culturali che possono non solo coesistere, ma anche interagire e modificarsi a vicenda sulla base di questo scambio. La cultura della società in rete è una cultura di protocolli di comunicazione tra tutte le culture del mondo, sviluppata sulla base del comune convincimento nel potere del networking e delle sinergie ottenute dando ad altri e ricevendo da altri» (Castells, 2010, p. 37). La distinzione è per il sociologo spagnolo tra potere reticolare (*networked power*), potere in rete

(*network power*) e potere di networking (*networking power*). I tre sono da ritenersi poteri convergenti in cui anche i programmatori delle reti divengono parte della *governance* "costituire i programmati". Il potere diviene quello "della creazione di reti" (Castells, 2010, p. 535), per cui gli utenti divengono audience creative "vendendo l'immagine della vita" che viene comunicata da chi la partecipa (*ibidem*, p. 538).

2.3 Relazioni di potere nel web 2.0

«La violenza, la minaccia di ricorrervi, i discorsi disciplinari, la minaccia di mettere in atto la disciplina, l'istituzionalizzazione delle relazioni di potere come dominio riproducibile e il processo di legittimazione [...] interagiscono nel processo di produzione e riproduzione delle relazioni di potere nelle pratiche sociali e nelle forme organizzative»
(Manuel Castells, pp. 4-5)

La comunicazione sulla Rete si attiva attraverso la condivisione di significati. Attraverso la mente gli individui creano le immagini, idee, modelli di configurazione delle reti. Interazione con il corpo e il suo ambiente. La mente diviene un processo di immagini provenienti ambi valentemente dal corpo e quelle provenienti da sonde sensoriali che catturano le alterazioni dell'ambiente. Ogni individuo costruisce la realtà in base ad eventi reali, che il cervello rielabora come interni o esterni in base alla propria mappa concettuale in modo inconscio. Un insieme di corrispondenze manipolate dalla mente. La costruzione del tempo e dello spazio costituisce la costruzione della realtà. Una manipolazione delle immagini. La coscienza emerge come interagente con la realtà delle immagini, un'integrazione che maggiormente è espressa e maggiore è la capacità della mente di risolvere problemi. La coscienza si integra nei processi di integrazione delle emozioni, sentimenti e ragionamenti che portano alla formazione di decisioni. Le emozioni sono percepite come sentimenti, così che le immagini nel cervello sono stimulate da oggetti e eventi. Il cervello riesce a connettere le mappe ad eventi esterni, deve avere luogo un processo comunicativo. La mente umana si attiva attraverso delle mappe cerebrali e l'accesso ad esse avviene attraverso il linguaggio che è connesso da metafore⁴⁶. Queste ultime permettono di costruire le narrazioni. Il linguaggio

⁴⁶ Floyd Hunter, dopo gli studi su una città americana, è giunto alla conclusione che la principale fonte di potere è la ricchezza economica. Nota come la vita politica di una città sia determinata dagli interessi degli imprenditori. Per Hunter le decisioni importanti per una città sono prese da chi detiene la ricchezza economica. Tali decisioni non sono formalizzate all'interno di un palazzo politico ma sono il risultato di riunioni di "alto livello" in clubs privati o in abitazioni private. Un altro importante neoeletista. Charles Wright Mills ha sottolineato che vi è una forte concordanza di interessi tra le organizzazioni economiche, politiche e militari. Secondo Mills, questa convergenza di interessi fa sì che il potere politico sia solo formalmente ed apparentemente democratico, mentre in realtà esso è rigidamente oligarchico. Per Mills vi è una sola classe dirigente, composta da imprenditori, politici e militari; tale classe dirigente prende liberamente le proprie decisioni senza essere sottoposta ad un effettivo controllo popolare. Il dominio di questa élite, sulla società, è totale. Un altro potere è il potere coercitivo del linguaggio. Si pensi al fatto che non è possibile parlare una lingua senza accettare la terminologia, le regole sintattico grammaticali, il

non è solo quello verbale ma può essere anche non-verbale, come è ad esempio il linguaggio del corpo, come una costruzione di immagini e suoni mediata tecnologicamente. Le metafore costituiscono gran parte della comunicazione. Le esperienze emozionali possono, poi, agire sul processo decisionale, spingendo il soggetto a decidere su informazioni che sono già inclini a prendere. “Il potere è la capacità relazionale che permette a un attore sociale di influenzare asimmetricamente le decisioni di altri attori sociali” (Castells, 2009). “Le relazioni di potere sono inquadrate dal dominio, ossia dal potere che è insito nelle istituzioni della società” (*ibidem*, pp. 1-3), ciò vuol dire che il potere non è compresso in una sfera sociale o istituzionale specifica, ma si distribuisce sull'intera azione umana. Diviene qui interessante chiedersi sia chi esercita il potere attraverso la gestione dei processi di comunicazione, sia come le relazioni di potere possono essere alterate da attori sociali influenzando l'opinione pubblica per cercare di mutare i cambiamenti? Intanto, parafrasando Castells, viene da dire che la comunicazione può ergere sbarre più forti di una prigione. Questo per far comprendere quanto sia forte la comunicazione nella sua accezione più ampia. Il potere “è basato sul controllo della comunicazione e dell'informazione, sia che si tratti del macropotere dello stato e delle corporation dei media, o del micropotere di organizzazioni di ogni sorta. Così il potere della comunicazione costituisce il cuore della struttura e della dinamica della società.” Il potere è da intendere dunque come capacità relazionale che permette ad un attore sociale di influenzare asimmetricamente le decisioni di altri attori sociali in modo da favorire la volontà, gli interessi e i valori dell'attore che esercita il potere (M. Castells, 2009). La comunicazione di massa nel raggiungere l'intera società, è governata da relazioni di potere “radicate nel business dei media e nella politica dello stato”. L'abilità della forma di potere è di plasmare la mente e ciò determina il modo in cui agiamo, individualmente o nella collettività. I tempi che percorriamo sono del tutto nuovi nel processo di comunicazione, poggiando su un modello che supera quello noto sinora dell'uno a molti e divenendo del molti a molti, in un processo orizzontale di comunicazione. Gli attori che partecipano alla comunicazione sono al tempo stesso mittenti e riceventi del circuito comunicativo della società in Rete. *Le società non sono “comunità” ma strutture sociali, costrutti culturali ove maturano conflitti e negoziati tra attori sociali diversi e spesso in opposizione tra loro.* Una società in rete, come già constatato, è una società che ruota attorno le reti delle tecnologie, dell'informazione ove gli esseri umani entrano in relazione di produzione, riproduzione, consumo, esperienza e potere, in una comunicazione dotata di senso e codificata secondo i parametri della cultura. In tale società il potere dello stato costituisce solo una delle dimensioni. Mentre un tempo i valori erano quelli che le istituzioni dominanti decidevano, il potere statale dipende oggi non solo da ciò che la gente crede ma anche dal sistema dei mezzi di comunicazione e in particolare Internet, capace di precedere il potere statale. Il potere della rete al tempo della globalizzazione è il coordinamento sociale tra attori multipli collegati alla rete (Grewal, 2008).

simbolismo. Una lingua si presenta come una struttura predeterminata a cui i parlanti devono sottostare, pena l'incolumità. Ciò significa non solo norme linguistiche vincolanti che regolano la comunicazione ma anche in notevoli conseguenze dal punto di vista sociale. Così chi parla male avrà probabilmente scarse probabilità nel lavoro.

Potere che nella società di rete globale è in possesso delle reti stesso. Il terreno, su cui le relazioni di potere operano, è cambiato: è costruito principalmente tra locale e globale, organizzato intorno a reti ove risiede il valore che in tale accezione è il valore nel globale. I cittadini del mondo sono coloro che vivono nello spazio dei flussi (a differenza dei locali che vivono nello spazio dei luoghi). Il tempo della società in rete non ha presente o futuro. Tramonta il tempo della storia e delle loro identità, il tempo è acrono nel “qui ed ora”. Esiste solo un tempo del ciò che potrebbe accadere “tempo futuro” dei potenti proiettato in avanti dai futurologi del mondo aziendale. La necessità in tale scenario è produrre una cultura globale che si aggiunga alle identità locali, in grado di inquadrare le culture specifiche (Lash e Lury, 2007). Collegare diverse reti richiede di costruire un’interfaccia comune: lingua, cultura e organizzazione. Il potere agisce sui discorsi globali tramite le reti di comunicazione che riescono a influire sulle relazioni di potere globali che strutturano le società. Il potere nella società in rete è il potere di comunicare.

L’auto-comunicazione diviene il potere dei movimenti sociali. Autocomunicazione che diviene autoevidente davanti a eventi politico-culturali che fioriscono dalle reti e si trasformano in comunicazione globale. Non “fa massa”, ma diviene massiva, cioè massiccia e potente, quindi influente, se non proprio quasi pervasiva. Nell’autocomunicazione di massa Castells riconosce la ‘differenza’ tra i media digitali e la comunicazione unidirezionale dei mass-media. L’accesso al world wide web è celebrato quasi come un “movimento di liberazione”. A che cosa porta la pubblicazione di contenuti auto-prodotti in formato di iper-testo e multimedia? A far sì che milioni di utenti, interessati a tali contenuti, siano “catturati dal web”. Ma si tratta veramente di diffusione gratuita e di libero accesso? In che cosa consiste il ‘valore’ del contenuto? Per il sociologo, il ‘valore’ non è che l’espressione del potere comunicato che si sedimenta nell’utente, che si trasforma prima in consumatore e poi in retro-comunicante. La “società delle reti” comporta una «cultura globale [...] una rete aperta di significati culturali che possono non solo coesistere, ma anche interagire e modificarsi a vicenda sulla base di questo scambio. La cultura della società in rete è una cultura di protocolli di comunicazione tra tutte le culture del mondo, sviluppata sulla base del comune convincimento nel potere del networking e delle sinergie ottenute dando ad altri e ricevendo da altri» (Castells, 2009, p. 37). Emerge come diviene importante la costruzione autonoma di significato che permette di definire i beni comuni nelle reti di comunicazione. Possibilità offerta da Internet, “libera creazione di amanti della libertà” (*ibidem*, p. 550). Pur tuttavia questo compito potrebbe risultare non facile, soprattutto perché i detentori del potere nella società in rete, cercheranno di recitare la comunicazione libera in reti commerciali e controllate, al fine di racchiudere la “mente pubblica”. Di certo un buon ostacolo a un tale pericolo è legato ad un networking di menti individuali, così che “se la pensi diversamente, le reti di comunicazione opereranno diversamente, a condizione che non solo tu, ma anche io e una moltitudine di altri decidano di volere costruire le reti delle nostre vite” (*ibidem*).

CAPITOLO TERZO

GLOBALIZZAZIONE E CONSUMO

*«Spendiamo i soldi che non abbiamo, vivendo al di sopra delle nostre possibilità,
 ciò porterà a lasciare solo oneri ai nostri figli [...] Il pianeta prende decisioni di politica economica che limiteranno le nostre decisioni
 e quelle dei nostri figli [...] si sono accresciute le diseguaglianze.
 Felicità e crescita economica sono stati spesso usati come sinonimi dimenticando la
 vecchia arte dei padri che fondavano su prosperità [...] e felicità senza passare dal
 mercato.
 Ma il cambiamento in atto dà luogo a un ripensamento.
 La cosa che preoccupa è quanto costerà tale ripensamento.
 Siamo nella fase di ridefinire la nostra felicità».*
 (Zygmunt Bauman – Ballarò, intervista 18 ottobre 2011)

3.1 Che cos'è la globalizzazione?

“Il mondo in cui viviamo è allo stesso tempo notevolmente comodo e assolutamente povero” (Sen, 2002). Affermazione che ben ritrae il mondo in cui viviamo, ove accanto alle comodità della vita moderna coesistono estreme privazioni e diseguaglianze disarmanti. Privazioni e diseguaglianze amplificate soprattutto in questi ultimi anni da una crisi profonda, sì economica e finanziaria, ma anche sociale, di valori e culturale; di sfiducia verso le moderne politiche nazionali. Impossibile non tener conto delle due facce del mondo, una truccata di ricchezza ed un'altra di agonia soprattutto, come mette in rilievo ancora Sen, al fine di poter capire il diffuso scetticismo come la tolleranza dell'opinione pubblica nei confronti di proteste antiglobalizzanti a cui si è assistito. Proteste che, seppur si muovono nel ritenere la globalizzazione conseguenza del dominio occidentale, di fatto hanno seguito nella storia vie differenti (Sen, 2002). Ripercorrendo brevemente i tratti storici del ragionamento, è da evidenziare che intorno all'anno Mille la diffusione globale della scienza stava cambiando la natura del vecchio continente, prendendo una direzione opposta a quella attuale. Molte delle cose conosciute come “la carta e la stampa, la balestra e la polvere da sparo, l'orologio e il ponte sospeso [...] il carro su ruote e il ventilatore girevole, erano comunemente usati in Cina e ignoti altrove”. E' stata la globalizzazione che li ha diffusi nel resto del mondo, fino in tutta Europa (Rifkin, 2001, 2002; Shiva, 1995, 2001; Paltrinieri, 2004). Anche i viaggi di Marco Polo sino in oriente sono esempi di queste interazioni. L'espansione dettata da interessi marittimi occidentali nel Millecinquecento del secolo scorso e anche la formazione sociale sono infondo la premessa per un “traffico di idee e uomini”. Ma il *primus motor* nel processo di globalizzazione è dato dal paradigma teorico delle nuove tecnologie dei trasporti e dell'informazione (Castells, 2002a). Ciò a dire che la fine del ventesimo secolo dà avvio a quello iato, biforcazione della storia, che ha caratterizzato la trasformazione della nostra cultura materiale grazie alle tecnologie dell'informazione.

Anche se non tutti condividono la visione integrata à la Negroponte secondo cui “viviamo in un mondo che è divenuto digitale, dove l'unità di misura è divenuta il *bytes*”, tutti concordano nel riconoscere l'intensa capacità di penetrazione della tecnologia nelle attività umane. Così che nell'immaginare una proporzione che riassume il tutto si può dire, come fa anche il sociologo spagnolo Castells (2002a, p.135), che “la tecnologia dell'informazione sta a questa rivoluzione come le nuove fonti di energia stavano alle precedenti rivoluzioni industriali”. Castells riconosce che accanto alla rivoluzione industriale, che ha preso avvio nella seconda metà del Settecento in Inghilterra, si è assistito ad un'altra frutto di macro invenzioni che resero possibile tante invenzioni di minore portata con effetti importanti nell'agricoltura, nell'industria e nelle telecomunicazioni. Questa è la rivoluzione tecnologica che ha dato avvio al processo di globalizzazione. Alla metà dell'800 i media sono stati ritenuti allo stesso tempo “causa” e “conseguenza” della globalizzazione, le cui tendenze, sul fronte economico e culturale, si possono sintetizzare in formazione di sistemi specializzati transnazionali; importanza della contiguità temporale (invece che spaziale), indebolimento e ridefinizione dei “confini” geopolitici. Le moderne tecnologie di fatto hanno ridotto il mondo alla dimensione di un “villaggio globale”, così da assistere a una forma di “vicinato totale” anche con coloro che sono notevolmente distanti da noi, creando dei nuovi e insoliti legami che ci permettono di partecipare ad eventi lontani (McLuhan, 1995). Così anche per Giddens (1994, p. 70) “la modernità è di per sé globalizzante” riferendosi al processo di stiramento che spinge diversi contesti sociali o anche regioni a divenire una rete che avvolge l'intero pianeta. Oggi le reti di comunicazione hanno di fatto costruito nuovi immaginari e ridefinito scenari di azione. Immaginari frutto di culture glocali (cioè di culture globali e locali allo stesso tempo) emergenti, non più legate ad un luogo o un tempo ma, come ci dice Appadurai (2001), di “una vera mescolanza di componenti disparate, provenienti da ogni dove e da nessun luogo, scaturite dai moderni (postmoderni) carri da guerra del sistema di comunicazione globale”⁴⁷. Ciò a sottolineare come l'immaginazione acquista uno straordinario potere nella vita quotidiana degli uomini, così che, ancora per Appadurai, sempre più persone, in diverse parti del mondo, sognano e immaginano una “vita possibile”, più ricca di opportunità di quelle che avrebbero potuto sperare in passato per quel mutamento che ha avuto vita già con i mass media generalisti di massa (Beck, 2009, pp 73-74).

3.1.2 Le dimensioni della globalizzazione

Una serie di dimensioni caratterizzano la globalizzazione: la formazione di un mercato finanziario globale, la transnazionalizzazione e l'aumento

⁴⁷ Cfr. U. Beck, 2009, *Che cos'è la globalizzazione. Rischi e prospettive della società planetaria*, Carrocci Editore, Roma; A. Appadurai, 2001, *Modernità in polvere*, Meltemi Editore, Roma; R. Paltrinieri, 2004, *Consumi e globalizzazione*, Carrocci Editore, Roma

dell'incidenza della tecnologia, l'iperconcorrenza tra le imprese (ciò a dire un'accentuata competitività di liberalizzazione), la privatizzazione del *dumping sociale* (che vuol dire che per vincere la gara sui mercati si abbattano i costi del lavoro), sviluppo di un'informazione che unifica il mondo riducendolo per l'appunto alla dimensione di un villaggio, perdita della rilevanza dello Stato e del sistema nazionale, un ordinamento militare mondiale (così che le guerre divengono preventive e totali), una società civile transnazionale che si fa portatrice di una richiesta di giustizia globale, diffusione di una cultura globale. Così che l'attuale economia globale si costituisce attorno ad un'architettura solida in un mondo asimmetricamente interdipendente (Castells, 2002a). Un'architettura che poggia su processi dinamici che danno vita ad un mondo a geometria variabile. In cui anche i beni prodotti sono il risultato di una catena i cui anelli di unione sono distribuiti in una dimensione sovralocale. Così che, come si dirà anche più avanti, i luoghi ove reperire materie prime e forza lavoro non sempre coincidono. Un lavoro in cui la tecnologia, non solo nell'ottica della produzione, ha sempre toccato diversi aspetti del vivere, passando appunto dalla sfera della produzione e circolazione di beni/servizi al movimento di persone sino agli aspetti di trasformazione del controllo sociale (dalle telecamere nascoste alla necessità di ridefinire i confini della *privacy*). In società globali in cui è interessante osservare l'affinità esistente tra di esse, come mette in luce anche Sashia Sassen (1997). In Paesi occidentali in cui i grandi problemi sociali trovano sempre meno soluzioni. Soprattutto se si pensa ad una impari concorrenza con Paesi in cui sussiste un basso costo del lavoro e uno stato sociale minimo, che conduce ad una svalutazione sociale (*social devaluation*) e ad una concorrenza insostenibile (*social dumping*), come nel caso ad esempio di Cina e Indonesia. Una cornice in cui il ruolo degli Stati-nazione come principio regolatore, nella relazione intercorrente tra lo Stato e i suoi cittadini, oramai allontanato dal modello culturale illuministico, si caratterizza da una *deistituzionalizzazione* e *desocializzazione* (Touraine, 1998). Intendendo con ciò un indebolimento del ruolo degli Stati-nazione che nel primo caso (di una deistituzionalizzazione) corrisponde alla scomparsa di norme codificate o garantite dai meccanismi giuridici, invece nel caso della *desocializzazione* riconduce alla scomparsa di ruoli, norme e valori sociali attraverso cui si costruiva il mondo vissuto. Detto altrimenti significa che lo Stato-nazione non funge più da istituzione normativa così come l'economia, né la politica e tanto meno la religione (Donati, 2000, p.15). Tanto che le norme della produzione, quelle del consumo e quelle del sistema politico sono oggi dissociate e in opposizione le une alle altre (Bell, 1978). Con ciò non si vuole di certo rendere una lettura semplice e di gioco forza di un fenomeno ben più complesso quale la globalizzazione, non focalizzandosi, come anche Peter Evans avverte, sull'aspetto superficiale del fenomeno, poiché è dimostrato che i regolamenti, le leggi e le politiche governative determinano ancora le frontiere e le strutture interne dell'economia globale (1995, 1997). E' chiaro però che il mutamento si avverte lì dove si osserva una sempre maggior ingerenza del sistema del mercato all'interno del sistema politico. Assoggettato, quest'ultimo, ad un'economia che detta i suoi parametri di un gioco che avviene a livello transnazionale, sotto gli occhi di una politica incapace di trovare reali e immediate soluzioni a tali regole di gioco. Inoltre si assiste ad un gigantismo

militare dei Paesi in crescita, a causa anche di armamenti avvenuti da parte di un occidente sviluppato (Sen, 2002). Motivo per cui si sente forte la necessità di una giustizia globale che chiama in causa una società civile transnazionale, capace di empatia con l'altro. Vivendo così come appartenenti ad un'unica comunità di riferimento, una società cosmopolita che va oltre i confini dello Stato-nazione: "appartenenza a una società mondiale" (Beck, 2003). Ruolo importante in tale contesto è svolto dalle tecnologie di massa. Protagoniste nella formazione di una società civile transnazionale. In una crescente richiesta di "responsabilità globale". L'incidenza delle comunicazioni di massa è fondamentale proprio perché in grado di permettere agli individui di interagire "l'uno con l'altro all'interno di cornici che creano una nuova dimensione della realtà", in cui è evidente la modificazione della categoria spazio temporale con la conseguenza che lo stesso sentimento di identità, sia individuale che collettiva, è oramai ben al di là le specifiche identità nazionali (Thompson, 1995). Si assiste oggi ad un passaggio da quelle forme di interazione che avvenivano tra soggetti che ad esempio si scambiavano lettere o parlavano al telefono, che Thompson definisce di "interazione mediata" dove "la forma di intimità che gli individui possono vivere comporta reciprocità, mancando però di alcune delle proprietà che caratterizzano le relazioni basate sulla condivisione di un ambiente comune" (1995, p. 290); a quelle di "quasi interazione mediata" in riferimento ai grandi media di massa e principalmente alla televisione o anche al web1.0, dove "la forma di intimità" che si può stabilire è "essenzialmente non reciproca"; alla più recente interazione virtuale consentita dal web 2.0, dove si può osservare il ritorno ad una forma di intimità più vicina di certo a quelle di interazione mediata ma le cui variabili spazio temporali ritornano in quella quasi interazione mediata che si stabilisce attraverso grandi distanze, ridefinendo certi fenomeni sociali (quali la malattia, lo sfruttamento, la morte) ai contesti sociali quotidiani (dove vengono amministrati da personale qualificato o da istituzioni preposte)⁴⁸. Una intimità ad ogni modo, che come nel caso dei media di massa, ci impone di rapportarci con un "sovraccarico simbolico". Lo spazio della nostra "immaginazione emotiva" si fa transnazionale (Paltrinieri, 2004). Esperienze, come quelle di condivisione dei fatti avvenuti per la guerra in Iraq attraverso i mass media generalisti o quella di una guerra di Tunisia che è passata attraverso la rete virtuale, che oltre a portare un'empatia e una "compassione cosmopolita" vengono integrate nel processo di formazione del sé che "travolgendo il progetto esistenziale di ognuno, avanzano delle pretese morali molto simili a quelle legate all'interazione faccia a faccia" (Paltrinieri, 2004, p.30). A cui si aggiunge la paura di rischi globali, primo fra tutti quello ecologico, che attivano in una dialettica tra conflitti e cooperazione (si pensi al caso della cooperazione tra le forze occidentali per combattere il terrorismo). Una società civile transnazionale che forte dei legami locali e globali permettono oggi di ripensare le stesse relazioni internazionali, che non possono essere più mediate dai governi o dai rappresentanti dello Stato.

⁴⁸ Il caso ad esempio della morte è oggi un tema di grande attualità alla luce di una rete che non solo ricontestualizza la morte ma pone su nuovi piani di analisi riti e rituali antropologici. Come la stessa percezione della morte all'interno delle comunità di rete.

“L'emergenza di una democrazia partecipativa”⁴⁹ che definisce la *global civil society* o come sostiene anche Rousseau (1995) una “democrazia continua” permette di pensare ad una società civile come un “Agorà di tipo virtuale” in cui si incontra e si discute in modo democratico, composta da singole persone, associazioni, ONG, i cui temi prevalenti riguardano i diritti dell'uomo, la povertà, l'esclusione sociale, l'ambiente, le donne, la cittadinanza, il razzismo, i giovani e l'immigrazione (Belardinelli, 1997). La società civile diviene idealmente il regno della scelta e della partecipazione, non più limitata all'interno della nostra nazione. Se Anderson definiva la nazione come “una comunità politica immaginata” che vive nella mente di persone che sentono forte la loro appartenenza in quanto cittadini di uno stesso Paese, il venir meno oggi di un sistema basato sugli Stati-nazione indebolisce tale legame, irritando il sistema, facendo in modo che ogni individuo si senta sempre più svincolato da questo, collocandosi nella comunità mondiale.

3.2 La globalizzazione: un processo irreversibile?

Quanto detto sulla *globalizzazione* induce anche a specificare come questa sia da ritenersi un processo irreversibile nel complesso panorama mondiale. In grado di riassumere una serie altrettanto complessa di fenomeni riguardanti ogni ambito del nostro vivere quotidiano, ciascuno interrelato e condizionato all'altro. Come già messo in evidenza la globalizzazione di fatto investe differenti *dimensioni*: la dimensione tecnico-comunicativa, quella civile, quella ecologica, quella economica, quella dell'organizzazione del lavoro, e molte altre.

Da un punto di vista molto ampio i fenomeni interrelati tra loro e che costituiscono gli aspetti più importanti nella dissertazione sulla globalizzazione sono costituiti dal mercato e la politica. La dialettica in tal caso si sintetizza sul come il mercato sia entrato prepotentemente a tirare i fili di una politica sempre più assoggettata alle economie. Un mercato che oggi agisce su una dimensione transnazionale prima che locale, divenendo nuova arena di discussione politica. Lì dove la globalizzazione investe il sistema economico mondiale odierno, in cui si assiste all'internazionalizzazione dei mercati finanziari, la libertà dei movimenti di capitali, il decentramento e la delocalizzazione dei beni, lo sviluppo del commercio internazionale, la circolazione delle merci a livello mondiale, la tendenza di grandi aziende a stabilire alleanze e fusioni internazionali. La globalizzazione dell'economia è ancora una volta un fenomeno complesso sia dal punto di vista quantitativo che qualitativo. La globalizzazione riguarda così tutti gli aspetti della sfera economica, dalla produzione alla circolazione di merci e alla finanza, travolgendo tutti gli attori

⁴⁹ Tale definizione lascia intendere, come specifica anche Tarrow, che di certo non rientrano nella società civile transnazionale le mafie ed altre organizzazioni criminali pur se possono ritenersi un networking internazionale. Cfr. S. Tarrow, 1994, *Power in Movement: Social Movements, Collective Action and Politics*, Cambridge University Press, Cambridge.

che partecipano ai processi economici, dai più piccoli ai più grandi. La globalizzazione inoltre tende ad elidere la distinzione, un tempo esistente, tra mercati nazionali e internazionali, attivando anche una serie di conseguenze sul piano politico e della politica economica. Infatti se nel ventesimo secolo gli Stati assumevano una leva di controllo economica sui mercati interni, oggi tale controllo si va assottigliando sempre più, conseguenza del fatto che gli scambi finanziari e mercantili avvengono a livello internazionale, sfuggendo all'azione diretta dei singoli governi. *De facto* con la globalizzazione i processi economici raggiungono una dimensione planetaria che varca i confini degli Stati-nazione. Ma accanto alle opportunità messe in atto dalla globalizzazione si consolidano una serie di conseguenze negative e potenziali, rischi per le economie. Soprattutto perché agire su vasta scala, come quella globale, necessita di competitori di taglia piuttosto grande. Questo è il motivo per cui molti settori strategici decidono per una politica di fusione e acquisizione in grado di dare origine a giganti mondiali. Il rischio in tal caso è di dare vita a situazioni di oligopolio o monopolio a cui si è assistito in passato ancor prima della liberalizzazione dei mercati e che investirebbe tutti i settori economici e non solo. Un tale raggruppamento di forze economiche corrisponde ad una evidente riduzione della domanda di lavoro e una crescente disoccupazione industriale non sempre riassorbita dalla nascita di nuovi settori economici. Anche solo per la possibilità, di cui oggi questi grandi colossi godono, di sottrarre alla società risorse materiali quali capitali, tasse, posti di lavoro. Accanto alle grandi multinazionali, poi, anche le aziende globali tendono a dislocare i settori della produzione che necessitano di maggiore forza lavoro in Paesi emergenti dove il costo del lavoro è più basso rispetto a quello dei Paesi avanzati. In questa possibilità di gioco globale, le industrie aggiungono sempre maggiore benessere. Con la conseguenza che la prosperità delle industrie non coincide più e necessariamente con quella di lavoratori a volte sfruttati per non essere più tutelati dal punto di vista sindacale. Allo stato dell'arte questo ha fatto sì che a contare non è più e solo la "divisione del lavoro" ma la "divisione della disoccupazione", cioè di nuove forme miste di occupazione/disoccupazione (quali ad esempio lavori a termine, lavoretti *part time*) che ora sono ufficialmente percepite come "piena-occupazione". Trasferimenti di lavoro che se in un primo momento hanno interessato il mondo della produzione oggi investono anche il mondo dei servizi⁵⁰. Il capitalismo globale dunque, dove le imprese accrescono i propri margini di profitto sottraendo posti di lavoro a Stati diventati troppo costosi sia nel mantenimento dei posti di lavoro sia a livello fiscale, tende ad eliminare quella democrazia del lavoro in grado di garantire un lavoro salariato. Perché non esiste una "visione capitalistica del mondo" globale, non esiste una "civiltà capitalistica" vera e propria: il capitalismo può adattarsi a tutte le civiltà⁵¹.

⁵⁰ Si legge in Beck (2009) "Il servizio annunci dell'aeroporto di Berlino, dopo le diciotto ore locali, viene fornito on line dalla California, e questo per motivi semplici e comprensibili: in primo luogo laggiù non viene pagato nessun sovrapprezzo per il servizio a tarda ora, in secondo luogo i costi salariali (accessori) sono sensibilmente più bassi a quelli pagati in Germania per la stessa attività. La telecomunicazione lo rende possibile".

⁵¹ Per capire il mutamento in atto è legittimo dire che il processo di globalizzazione ha alterato quel processo di industrializzazione che aveva avuto luogo in Inghilterra durante la metà del Settecento, definito da Karl Marx il "modo capitalistico di produzione". Un modo industriale di produzione che

I punti di vista economico e finanziario dunque sono tra i più significativi nel descrivere la globalizzazione. Oggi infondo il sistema economico-finanziario è quello dominante: tutto si misura sulla variabile del denaro. L'economia è il motore di tutto. Ogni attività non può prescindere dal sistema economico sia che esso rappresenti lo scopo principale dell'attività, sia che si manifesti come fattore di condizionamento. Le imprese delocalizzate, al fine di abbassare i costi e tenere testa alla concorrenza, tendono sempre più ad accettare una riduzione degli stipendi pur di non perdere il lavoro, nella tremenda concorrenza del mondo globalizzato. Mentre il partito politico è alla ricerca di risorse per competere nell'arena mediatica e le organizzazioni di volontariato si affidano sempre più al cinque per mille destinato dalla detrazione dei redditi. Flussi finanziari si spostano da una parte all'altra del pianeta con effetti destabilizzanti per le conseguenze che producono. Un'azienda che invia segnali di incertezza può significare una fuga di capitali e il crollo in borsa delle azioni, così come una speculazione sulla valuta di un Paese può generare una sua svalutazione con conseguenze pesanti per l'economia dello Stato e per i suoi abitanti. L'economia e la finanza, attraverso lo sviluppo delle scienze e delle tecnologie, hanno accompagnato il sistema capitalista verso un mondo sempre più globalizzato. Castells (2010) suggerisce che oggi l'economia è diretta e rinvigorita da persone la cui caratteristica principale è la capacità di manipolare le informazioni. Così che per esempio molti gestiscono gli affari della società secondo capacità diverse. Tutti gli analisti concordano che gli occupati dell'informazione abbiano attività variegate, ad esempio alcuni si occupano di network finanziari, altri lavorano nel fiorente settore mediatico o in ambito legale, nell'istruzione superiore, contabilità, nelle pubbliche relazioni, nel governo locale, nel *design* e si occupano del valore aggiunto di materiali di uso comune. Importante diviene sempre e più il *capitale umano*, per indagare strategie di sviluppo identificando forze e debolezze di un dato ambiente⁵².

utilizzava sinergicamente il lavoro degli uomini, le macchine e le fonti di energia inanimata. Così da far crescere con una certa regolarità la produzione. E' da qui infondo che prendeva forma l'idea di progresso sulla base di uno sfondo storico e culturale noto come Illuminismo, un movimento nato inizialmente in Francia durante il XVIII secolo. Un movimento culturale, che aveva preso avvio come critica all'ordine feudale, in nome della ragione. Una ragione che trova espressione nell'opinione pubblica borghese. Divulgando l'idea che il governo della nazione non fosse cosa propria del sovrano o dei nobili ma cosa pubblica, cioè di tutti e nessuno in particolare. La ragione è insomma il principio di un dialogo e insieme una critica. Critica che trova la sua massima espressione nelle forze neoliberali quando hanno liberato un mercato che era, prima di tale liberazione, addomesticato dalle politiche dello Stato-nazione. Uno Stato-nazione che ora si ritrova però impossibilitato ad esercitare il proprio potere all'interno dei propri confini.

⁵² A tal proposito si è discusso durante la conferenza sul tema "Più ricchi e più poveri. La crescita delle disuguaglianze in Italia", tenutasi presso la Facoltà di Economia dell'Università di Bologna il 25 maggio 2011, il giorno seguente la pubblicazione dei dati *Istat* sulla realtà delle emergenze ed emarginazioni, organizzata dalla Fondazione Unipolis e a cui ho partecipato. L'indagine mette in evidenza come le vulnerabilità sociali colpiscono prevalentemente i giovani e le donne con differenze anche geografiche tra il Sud ed il Nord. L'Italia si dimostra il Paese ove è aumentata maggiormente la disuguaglianza sociale principalmente rispetto a Usa, Messico e Gran Bretagna. L'intervento di Franzini, ordinario dell'Università Sapienza di Roma, ha evidenziato come il capitale umano, inteso come l'istruzione, (insieme di conoscenze, titolo di studio o anni di istruzione) spiega una quota piuttosto ridotta delle disuguaglianze. Difatti, in Italia circa il 18% delle disuguaglianze dei redditi di lavoro cade all'interno (*with in*) di titoli di studio che si dispongono. Punto importante per le politiche dettate a livello Europeo è stata la convinzione che a contare fosse il solo capitale umano, così da non osservare in maggior profondità ciò che conta.

Una globalizzazione finanziaria i cui rischi e devastazioni si sono ripetutamente vissuti negli ultimi anni. Una *economia virtuale* di flussi monetari transnazionali che perdono sempre più legami con il substrato materiale e che viaggiano sempre più su dati e informazioni. Dando corpo alla grande crisi economica che agli inizi del XXI secolo si affaccia nel panorama mondiale a causa del crollo principalmente dei mercati finanziari che trovano un tracollo nelle bolle dei mutui *subprime*⁵³, che hanno messo a tappeto l'intero pianeta.

Dal *punto di vista politico* le istituzioni, rappresentate soprattutto dagli Stati, possono interagire nel processo di globalizzazione attraverso la loro portata di azione e mediazione dei fatti internazionali all'interno dei propri confini simbolici nazionali e attraverso le istituzioni internazionali (come quella Europea) che di frequente si sovrappongono alle politiche degli stessi Stati-nazione. La globalizzazione ha in effetti agito sullo Stato-nazione, principalmente sulla sua capacità di *autoderminarsi* come soggetto politico e di influire sulle questioni internazionali. Capacità politica che viene oggi messa all'angolo da un'economia che opera a livello globale e dalle istituzioni internazionali che fissano i parametri economici delimitando le azioni e la possibilità di attuare le politiche che si propone. In tale ottica prende forma una politicizzazione della

Difatti il 40% dei giovani laureati vive in una condizione bassa (lavoratori che non riescono ad arrivare alla fine del mese: *working poor*). L'Italia in tale panorama è al primo posto. Il riferimento ai titoli di studio è insufficiente, così come il contratto lavorativo, come la differenza di reddito su base annuale, i salari temporali dove tale differenza esiste anche in Italia. La disuguaglianza è alta. Se fosse un'esperienza temporanea su orizzonte temporale a più lungo termine, la disuguaglianza sarebbe differente tra il primo, secondo e terzo anno da quando cioè si entra con contratti atipici per poi potersi regolarizzare nel tempo. La trasmissione intergenerazionale del lavoro (da padre a figlio) del reddito da lavoro è molto alta in Italia. Qui non opera solo l'istruzione sulla disuguaglianza dei redditi (anche questa molto alta in Italia) a parità di capitale umano. Ad esempio un padre con 2 figli avrà il 50% di probabilità di tendere verso le disuguaglianze dei poveri. L'intervento di Franzini che mette in luce le disuguaglianze di idee nel tempo volte a garantire il progresso sociale ed economico, è affiancato da quello della sociologa italiano/berlinese Saraceno. La studiosa pone la riflessione su come oggi si renda difficoltoso distinguere tra la classe operaia e quelli che vengono riconosciuti come benestanti ma che un tempo costituivano la cosiddetta "classe media". Aspetti questi che compromettono il Paese e i suoi cittadini, in riflesso a fenomeni di trasformazione per nulla interpretati, per la studiosa, dall'opinione pubblica nel dibattito pubblico. Nella consapevolezza che la ricchezza e le povertà ci riguardano proprio come cittadini. Tutti. La democrazia di cui parla Saraceno, di rimando al pensiero di Armatya Sen, non rappresenta solamente un punto sociale di Libertà e democrazia, ma rimanda alla questione che *chi è povero non riesce a partecipare alle gestioni dei fatti di democrazia della società*.

⁵³ La crisi che ha colpito il sistema finanziario nel 2007, da cui l'economia internazionale non si è ancora ripresa, ha costituito materia di analisi di numerosi contributi. "A circa due anni dall'emersione di una serie di fenomeni strettamente interconnessi, (...) nel loro lungo periodo di genesi e sviluppo, le cui manifestazioni nel campo della finanza e dell'economia reale internazionale hanno concorso a generare quella che è stata definita una "crisi globale". In proposito, va precisato che la crisi ha avuto almeno due fasi distinte, passando da una *fase idiosincratICA*, in cui gli eventi traumatici sono rimasti per lo più circoscritti al mercato immobiliare e, nel mercato finanziario, ai titoli a questo agganciati, ad una *fase sistemica*, in cui la crisi ha travalicato gli originari confini e si è riversata in tutto il sistema finanziario alla stregua di un terremoto di elevata magnitudo. Queste due fasi sono state idealmente delimitate da altrettante date, il 9 agosto 2007 ed il 15 settembre 2008, scelte in ragione degli importanti fatti accaduti ma probabilmente anche perché la memoria collettiva portasse il segno di quanto non dovesse ripetersi (...). Il punto di innesco della crisi è coinciso con lo scoppio della bolla dei mutui subprime degli Stati Uniti nel mercato immobiliare prima e finanziario poi. Cfr. Carolillo G., Cortese F., (Paper), *Origine ed evoluzione del mercato statunitense dei mutui subprime*" in www.dseagmeg.unifg.it/dwn/Carolillo-Cortese.pdf.

globalizzazione in cui si assiste ad una rinnovata e maggiore opportunità di potere d'azione delle imprese all'interno del nuovo contesto globale, un tempo "addomesticate" dagli strumenti della politica e dello Stato sociale. Anche il vecchio capitalismo, un tempo organizzato democraticamente, è sfuggito dalla gabbia di uno schema socio-statale democratico così che le imprese, principalmente quelle che hanno potere di azione globale, oltre a rivestire un ruolo importante nell'organizzazione economica divengono attori anche della società. Un'economia che ha potere di azione globale e capace di frantumare "i fondamenti dell'economia nazionale e degli Stati nazione" dando avvio a quella che Beck definisce già nel 1997, quasi profetizzando, una "subpoliticizzazione" le cui dimensioni assumono conseguenze imprevedibili (Beck, 2009, p. 14). Ciò a sottolineare come globalizzazione significhi politicizzazione e dove l'intervento delle moderne società nazionali, avvenuto senza rivoluzioni, senza mutamenti legislativi o costituzionali, ha legittimato il potere di imprese internazionali. Così che se un tempo il movimento dei lavoratori agiva in veste di "contropotere", le imprese globali odierne operano "senza un contropotere transnazionale". Una *politica della globalizzazione* che mette in crisi non solo le fondamenta delle politiche nazionali, pur se non si è del tutto liberata dai vincoli sindacali, ma anche e soprattutto la politica e lo Stato. Tanto da assistere al depotenziamento della politica nazionale-statale. In questo modo le imprese godono di potere ed azione nella società mondiale, "al di là del sistema politico", in quella "subpolitica", la cui esistenza non ha richiesto alcuna discussione pubblica come alcuna decisione governativa⁵⁴. Lo stato-nazione, protagonista indiscusso dal XV secolo ad oggi, vive così uno stato di crisi tale da non poter più garantire quelle politiche di *welfare state* attraverso le quali avevano trovato soluzioni molte delle istanze provenienti dalla società civile. Tanto che le "premesse dello Stato sociale e del sistema pensionistico, degli aiuti sociali e della politica di solidarietà, della politica delle infrastrutture, il potere organizzato dei sindacati, il sistema sovraziendale di regolamentazione delle autonomie tariffarie, come i compiti dello Stato, il sistema tributario e la giustizia fiscale", passano sotto la lente della globalizzazione nel tentativo di incarnarsi in una forma politica. Questa situazione ha visto una spinta a reagire di tutti gli attori sociali anche se "le risposte non seguono in maniera tipica il vecchio schema destra-sinistra dell'azione politica" (Beck, 2009). Una prima risposta sono stati i movimenti politici locali che si pongono come resistenza al processo di globalizzazione rifiutando l'integrazione ed esaltando fattori come la razza, la religione, la tradizione, il senso di appartenenza. A questi si sommano poi quei movimenti politici che agiscono a livello globale sottolineando le conseguenze positive e negative della globalizzazione (come i *no-global*).

⁵⁴ La "globalizzazione" sottintende non più alla fine della politica, ma "colloca il politico al di fuori dello Stato nazione". Ridefinendo, in tale emergente contesto, anche lo schema che sintetizzava ciò che si definisce come azione "politica" e "non politica". Beck avverte (2009), a qualunque "contenuto si riferisca la retorica della globalizzazione (dell'economia, del mercato, della concorrenza occupazionale, della produzione, delle merci e dei servizi, dei flussi finanziari, dell'informazione e dello stile di vita)", affiorano sempre conseguenze politiche legate ai "rischi economici" che la stessa globalizzazione muove. Così che istituzioni socio-industriali possono essere "forzate e soggette all'intervento politico". Tanto che nel ragionare ancora su un continuum storico, nel XIX secolo per il movimento dei lavoratori si parlava della "questione di classe" costituendo il centro del pensiero di Karl Marx, oggi nel XXI secolo la questione, per le imprese che agiscono in una dimensione transnazionale, diviene la globalizzazione.

3.3 Il sistema mondo e la sua struttura globale

Nel mondo globalizzato anche *i rapporti di produzione* si configurano come *un insieme di relazioni economiche* che, attraverso uno scambio ineguale, definiscono la supremazia di alcune nazioni e parti del mondo rispetto alle altre. Questa lettura che trova ampio respiro in Immanuel Wallerstein segue l'impostazione marxista che individua nell'insieme dei rapporti di produzione la struttura economica della società, ossia la sua base reale, applicandoli in una dimensione più ampia. All'interno della globalizzazione trovano così spiegazione fenomeni economici, politici, sociali, nella loro dimensione globale. Lo sfruttamento non si manifesta solamente nel rapporto tra chi possiede i mezzi di produzione e chi ha solamente la sua forza lavoro, come tra il padrone e l'operaio, una distinzione di classe, ma una dimensione più ampia: tra Paesi che detengono i mezzi economici, militari e d'intervento politico e quelli che non li possiedono. La *struttura economica* è la base del sistema-mondo che diviene l'unità di analisi per la comprensione del fenomeno globalizzazione. Così che limitare lo studio dei fenomeni delimitando l'osservazione ad una realtà locale, statale, continentale non è più sufficiente. Soprattutto quando la realtà è condizionata dal mondo esterno con cui è in contatto così da non essere più un sistema a sé stante ma parte di un sistema più grande. Diviene necessario al fine di comprendere ogni singolo fenomeno inserirlo nel contesto globale. Ciò perché, mentre in passato si potevano trovare dei mini-sistemi, che erano caratteristici delle società agricole molto semplici, con al proprio interno una completa divisione del lavoro ed una singola struttura culturale, nel mondo attuale queste realtà cedono spazio ad un sistema più complesso ed articolato. Si rende perciò indispensabile iniziare le proprie analisi guardando al sistema-mondo nel suo complesso come unità d'analisi. Tanto che per Wallerstein (2003) "l'unico tipo di sistema sociale è il sistema mondiale, che noi definiremo semplicemente come unità caratterizzata da una singola divisione del lavoro e da una molteplicità di sistemi culturali". Di fatto l'autore identifica due sistemi-mondo: uno è quello degli *imperi-mondo* e l'altro delle *economie mondo*. Entrambi sono caratterizzati da un'unica divisione del lavoro ma, mentre i primi possiedono un sistema politico comune, i secondi, pur avendo un'unica divisione del lavoro, hanno sistemi politici differenti. Gli imperi-mondo, a cui appartenevano le grandi civiltà pre-moderne come Cina, Egitto e l'antica Roma, erano caratterizzate da un'economia redistributiva e da forme di commercio amministrate da un'autorità centrale. Invece nelle economie-mondo dell'Europa del XVI secolo prevale il commercio e lo scambio nel libero mercato da far coincidere, per alcuni studiosi, con l'affermarsi del sistema capitalistico. Inteso, questo ultimo, come un sistema di scambio orientato al profitto piuttosto che come un determinato sistema produttivo in cui distinguere le classi sociali del proletariato e della borghesia. Wallerstein (2003) analizza il sistema sociale ed il capitalismo utilizzando il sistema-mondo come singola unità d'analisi. Il capitalismo evidenzia dal suo nascere alcune particolarità che lo distinguono dai sistemi precedenti: capitali, sistema produttivo industriale, lavoratori salariati, classe imprenditoriale. *"Capitalismo ed economia-mondo (cioè, un'unica divisione del lavoro ma una molteplicità di sistemi politici e di culture) sono due facce della stessa medaglia. L'una non è la causa dell'altra: lo stesso*

fenomeno indivisibile è semplicemente definito sulla base di caratteristiche differenti". Elementi questi che rappresentano principalmente l'Europa della rivoluzione industriale ma che non sono riscontrabili allo stesso tempo nelle economie di Paesi non ancora industrializzati quali quelli dell'America Latina, dove prevalgono forme di schiavitù sul lavoro salariato. Tale considerazione non deve però costringerci a credere che bisogna considerare con unità di analisi differenti i sistemi in cui si rende inesistente il modo di produzione Europeo, poiché tutti devono essere compresi in riferimento ad una singola unità d'analisi che è l'economia-mondo. Di fatto i "mini-sistemi", indipendentemente dall'organizzazione produttiva interna, sono parte di unico sistema capitalistico, sia nel caso di Paesi industrializzati che di fornitori di materie prime. Inseriti in ogni caso all'interno di "una griglia di relazioni di scambio", tra loro interdipendenti, che rappresenta la struttura su cui si basa un'unica divisione del lavoro. I sistemi, gioco forza, sono tra loro orientati allo scambio. Tanto che ogni sistema esporta prodotti che possiede in quantità importando altri prodotti di più alto valore poiché non li possiede. Tale scambio diviene così un modo di guadagno che però non può essere equiparato. Infatti solo uno o più sistemi possono ambire al massimo profitto, dal momento che lo scambio di plus-valore all'interno di un sistema è un gioco a somma zero. La caratteristica essenziale di un economia-mondo consiste nella produzione di beni da vendere sul mercato al fine di ottenere il massimo profitto. Essendo il gioco a somma zero solo una parte guadagnerà nello scambio a scapito dell'altra. Nell'arena del libero mercato non sempre le parti riescono ad assicurarsi il massimo rendimento dallo scambio. Subentrano allora degli interventi di tipo politico che hanno lo scopo di condizionare il mercato. Il soggetto principale è rappresentato dallo stato-nazione la cui funzione è quella di integrare, con interventi di tipo politico e militare, le forze economiche, e permettere in tal modo l'affermazione di queste ultime. Ancora secondo Wallerstein (2003), la *struttura* portante della società sono i rapporti economici; la politica rappresenta una *sovrastuttura* che esprime i rapporti di forza economici. *La politica svolge una funzione "sussidiaria" dell'economia*. Gli organismi politici, gli stati-nazione nel primo periodo di sviluppo del capitalismo, a cui si sono affiancati ai giorni nostri organismi ed istituzioni sovranazionali, entrano in gioco nel regolamentare il libero mercato qualora i soli rapporti di forza economici non siano sufficienti a mantenere la superiorità di una parte sull'altra. Il mercantilismo è sempre stato lo strumento principale utilizzato dagli Stati-nazione per proteggere le proprie economie, erigendo barriere alle importazioni, al fine di accrescere la propria forza nei confronti delle economie esterne. Wallerstein, comunque, riconosce un margine di autonomia alla politica. La macchina statale, una volta nata tende a consolidarsi, è dotata di una propria struttura fatta di persone e di regole. I funzionari e tutti coloro che partecipano al funzionamento della macchina hanno tutto l'interesse al proseguimento della stessa. Inoltre, nel corso del tempo, la macchina statale diviene un punto di riferimento per soggetti ed interessi estranei a quelli dei soli capitalisti. Quello che ne consegue è che lo Stato si trova limitato nell'azione dovendo mediare tra esigenze ed interessi differenti che non sempre corrispondono in pieno a quelli dei capitalisti. Si deve comunque considerare che gli Stati-nazione si muovono all'interno di un sistema complessivamente

dominato dai rapporti di forza economici tanto che “*Il capitalismo fu, fin dal principio, una questione di economia-mondo e non di stati-nazione*” (Wallerstein, 2003).

Lo *sviluppo del capitalismo* nell'Europa alla fine del medio-evo porta con sé la costituzione di forti meccanismi statali che assecondano l'espansione dell'economia europea nel mondo attraverso politiche restrittive, oppure espansive, a seconda delle esigenze del momento, spesso accompagnate da interventi di tipo militare. Viceversa, grazie all'azione di forza portata avanti dalle Nazioni Europee, nelle aree periferiche dell'economia mondo si sviluppano meccanismi statali deboli. Ad ogni modo non è importante scoprire le cause che hanno dato vita al capitalismo⁵⁵ ma comprendere il sistema che si determina. Soprattutto per il fatto che il capitalismo non rappresenta solamente l'appropriazione del plus-valore da parte del proprietario rispetto al lavoratore, ma anche l'appropriazione del plus-valore da parte dell'intera economia-mondo da parte di nazioni centrali rispetto quelle periferiche. In virtù di economie più forti e di macchine statali più potenti.

Si viene a delineare una *struttura dell'economia-mondo* che si articola in base ad una divisione del lavoro tra un *centro, una periferia ed una semi-periferia*. In un sistema di relazioni economiche che, in un disuguale rapporto di scambio, privilegia le nazioni del centro in un rapporto di dominio e di sfruttamento rispetto quelle della periferia. Mentre la semiperiferia riveste un ruolo intermedio dal punto di vista economico, ma la sua funzione è principalmente politica, impedendo il contatto tra il centro e la periferia. Agendo come zona cuscinetto, impedendo ogni possibile protesta delle zone sfruttate in due modi: da una parte assorbendo i conflitti e dall'altra servendo da fattore d'integrazione. Divenendo allo stesso tempo sfruttata e sfruttatrice. Collegando il centro alla periferia, la semi-periferia rende consapevoli gli attori di essere uniti nell'appartenere tutti allo stesso sistema e questo elemento funziona da fattore d'integrazione e di mantenimento del sistema stesso. Una società mondo in grado di sostituire singole società separate con l'immagine di un *sistema-mondo unico* in cui società, governi, imprese, culture, classi, bilanci, tutti gli individui si collocano all'interno di una divisione del lavoro. Un società-mondo dove il capitalismo diviene il quadro interpretativo delle diseguaglianze sociali mondiali. In tale panorama ha preso avvio una politica “post-internazionale” (Wallerstein, 2000) ove quelli che sono gli attori nazional-statali dividono sempre più gli scenari globali e di potere con organizzazioni e gruppi industriali internazionali oltre che con movimenti sociali e politici transnazionali. Si pensi in questo ultimo caso alla grandezza raggiunta da una ONG come Greenpeace. Una *società-mondo* in cui i mezzi di informazione e comunicazione, dalle illimitate possibilità, hanno permesso non solo di comunicare tra i differenti punti del pianeta ma anche di spostarsi fisicamente tra un luogo e l'altro. Ciò a sottolineare che le “influenze lontane” non derivano più e solo dall'atto di un “viaggiare” letteralmente inteso ma, di un viaggiare immaginario che può avvenire “parlando al telefono, digitando sulla tastiera del

⁵⁵ Il capitalismo si sviluppa in alcune parti del mondo “per una serie di avvenimenti accidentali, storici, ecologici, geografici”. Cfr. I. Wallerstein, 2003, *Alla scoperta del sistema mondo*, Manifesto Libri, Roma

computer e guardando la televisione⁵⁶”, mettendo in comunicazione spazio e tempo (Giddens, 1994; Tomlinson, 2001, p.177).

3.4 Città Globali e ruolo dello Stato-nazione

Il sistema-mondo su cui si è ragionato sino ad ora offre una lettura “orizzontale” nel ragionare tra un centro espressione di un modello di sviluppo dominante verso la periferia, mentre il sistema capitalista è in continua espansione e integra progressivamente al suo interno nuovi territori. Lo Stato come organizzazione politico-militare è funzionale all’espansione del sistema economico capitalista. La differenziazione non è funzionale ma si manifesta nella divisione mondiale del lavoro e nello scambio ineguale che garantisce la supremazia del centro verso la periferia.

La lettura di Saskia Sassen (2008) propone *un modello* di differenziazione non solo “orizzontale”, distribuita geograficamente in modo globale, ma anche “verticale”, distribuita in modo funzionale attraverso vari livelli: *locale, nazionale, globale*. Lo sviluppo delle tecnologie, attorno alle quali si organizzano i nuovi processi e le nuove formazioni globali, hanno destabilizzato le vecchie gerarchie di scala che vedevano il procedere lineare da una dimensione all’altra, dal locale al nazionale, dal nazionale al sovranazionale. La conseguenza è un intreccio tra i vari piani di “scalarità” per cui un soggetto, un’impresa, un’organizzazione, può essere presente a più livelli di scala, “il fatto che il processo o l’entità sia localizzata nel territorio di uno Stato sovrano non significa necessariamente che sia nazionale o del tipo autorizzato dallo Stato; potrebbe infatti essere una localizzazione del globale” (Sassen, 2008). Piccole realtà locali possono comunicare con altre realtà locali in zone distanti del pianeta ed essere inserite in una rete globale; allo stesso tempo abbiamo localizzazioni di istituzioni ed organizzazioni economiche globali all’interno dei confini nazionali. La conseguenza di questa multiscalarità è la perdita di centralità della scala nazionale, nella quale trovavano mediazione ed applicazione le pratiche e gli aggiustamenti istituzionali fondamentali, e con essa il ruolo dello Stato. Lo Stato-nazione è attraversato dai processi di globalizzazione che, da una parte concorrono ad una sua integrazione all’interno dei processi globali ma, dall’altra, ne modificano le funzioni e l’importanza. Esso è stato fino ad oggi il soggetto principale attorno al quale si sono costruiti i processi di globalizzazione di tipo politico, economico e sociale; in esso hanno trovato mediazione i vari interessi in gioco nella società. Lo Stato-nazione è stato il mezzo attraverso il quale si sono potute realizzare le

⁵⁶ Mark Poster distingue tra una “prima età dei media”, quella della radio, della televisione e del telefono, e “seconda età dei media” quella della comunicazione mediata dal computer (CMC), decentrata e interattiva: Internet, le autostrade dell’informazione, la sfera del “cyberspazio”. Analisi collegata alla distinzione dei diversi generi di ricezione culturale di questo tipo di media e delle diverse posizioni soggettive che ne derivano.

aspettative dei vari soggetti nel loro ruolo di imprese economiche, associazioni politiche, semplici cittadini titolari di diritti.

La dinamica *locale-globale* si presenta in modo nuovo. Da una parte abbiamo delle dimensioni globalizzate ma localizzate nel territorio nazionale o sub-nazionale; può essere il caso di grandi industrie multinazionali che però hanno i propri stabilimenti situati in luoghi ben precisi; lo stesso mercato globale della finanza fa riferimento a centri finanziari, luoghi fisici ben precisi. D'altra parte abbiamo delle dimensioni locali collocate nel territorio nazionale o sub-nazionale che però sono in grado di interagire ad una dimensione globale; può essere il caso di una piccola impresa, di un'associazione oppure anche di singoli soggetti. Le nuove tecnologie consentono a costoro di comunicare nell'arena globale. Questa nuova realtà impone il superamento del dualismo locale-globale, e l'utilizzo di nuovi concetti che facilitino la comprensione della nuova realtà sociale. Sono esempio di questi nuovi concetti *le comunità trans-nazionali, le città globali, le catene delle merci, la compressione spazio tempo*. Lo studio di questi fenomeni richiede l'elaborazione di nuove categorie concettuali che siano in grado di analizzarle e decodificarne il significato. Sassen (2008) pone l'attenzione ad una serie di dinamiche che sono globalizzanti e denazionalizzanti ma che continuano ad essere considerate come nazionali e locali ed espone tre esempi. Il primo esempio riguarda i luoghi ed il ruolo che essi esercitano all'interno dei numerosi circuiti che costituiscono la globalizzazione economica e politica. L'attenzione sui luoghi permette di osservare la globalizzazione attraverso i vari circuiti transfrontalieri che operano nella politica e nell'economia. Nell'ambito della politica esistono numerose forme associative spesso organizzate su obiettivi specifici ed operanti a livello locale ma inserite in circuiti globalizzati. In ambito economico è interessante osservare all'interno delle catene delle merci come un circuito integrato globalmente, su varie località nell'ambito della produzione, dia luogo ad un prodotto finito. Si pensi ad esempio al prodotto *i-phone* le cui componenti sono prodotte in diversi luoghi, la tecnologia è tedesca, il *design* è disegnato in Usa e manufatto in Cina, l'assemblamento avviene ancora in altro luogo. Ma è soprattutto nelle città globali che il luogo assume il suo più ampio significato all'interno del sistema globale. Le città globali sono collegate tra loro in una molteplicità di reti transfrontaliere con differenti funzioni e specializzazioni. Il secondo esempio, parzialmente collegato al primo, riguarda il ruolo delle nuove tecnologie interattive in riferimento al riposizionamento del locale. Con le nuove tecnologie una piccola impresa, una piccola organizzazione e anche singoli soggetti che possiamo definire come microambienti, possono entrare in comunicazione con altri micro ambienti distanti da loro. Piccole entità dimensionate localmente possono interagire nel circuito globale. Un terzo caso riguarda un insieme specifico d'interazioni tra dinamiche globali e componenti particolari degli Stati nazionali. Ci si riferisce a strutturazioni del globale, quali per esempio le città globali, che articolandosi all'interno del territorio nazionale contribuiscono ad una de-nazionalizzazione di componenti specifiche degli Stati nazionali.

Le conseguenze sono di due tipi. Innanzitutto lo Stato-nazione non è più il principale contenitore dei processi sociali. Inoltre si assiste ad una denazionalizzazione di alcune funzioni che non sono più riconducibili allo Stato pur essendo classificate come tali. Lo Stato è quindi oggetto di forti tensioni derivanti dai processi di globalizzazione. Ne consegue una sorta di negoziazione tra lo Stato, nella sua veste di istituzione politica, e le forze globali che agiscono in ambito prevalentemente economico. Lo Stato aderisce al progetto globale della riduzione del proprio ruolo in materia di regolazione delle transazioni economiche e delega parte delle proprie funzioni ad istituzioni sovranazionali che acquisiscono un ruolo di regolazione nell'ambito delle dinamiche del mercato e condizionano le politiche economiche degli Stati. La principale conseguenza di questa scelta è la creazione di un ordinamento istituzionale di tipo privato, nel senso che trattasi di organismi ed istituzioni che non devono rendere conto ai sistemi democratici formali. Accompagnata alla privatizzazione di alcune funzioni dello Stato è l'autonomia decisionale di cui godono queste istituzioni nel loro operare in ambito nazionale e sovranazionale. Inoltre bisogna ricordare che queste istituzioni nascono dalla necessità di gestire i processi di globalizzazione in atto e tendono ad assecondare le dinamiche economiche del capitale globale che rappresenta, allo stato attuale, il principale attore in ordine a questi processi. In questo modo lo Stato, che rimane comunque il principale garante dei diritti anche di quelli del capitale globale, si pone come creatore di nuove legalità.

Non tutti gli Stati concorrono nello stesso modo nella creazione di nuove legalità. La motivazione sta nel complesso intreccio che si determina fra transazioni economico-finanziarie, ruolo delle imprese multinazionali e delle nazioni più potenti dal punto di vista economico, politico e militare. L'area più interessata da questo punto di vista è quella Nord-Atlantica e nello specifico gli Stati Uniti e la Gran Bretagna sono gli Stati che fino ad ora sono riusciti più di altri ad imporre i loro standard nelle normative che regolano le transazioni economiche tra gli Stati. Tra Londra e New York che transitano i maggiori flussi informativi e finanziari nel mondo. L'attuale ridefinizione geografica della globalizzazione che si struttura nelle "città globali" gioca un ruolo fondamentale. Lo sviluppo delle tecnologie, che sono alla base dell'accelerazione negli ultimi anni dei processi di globalizzazione, hanno contribuito ad una contrazione del tempo e dello spazio, per cui oggi è molto più facile e veloce mettere in comunicazione due località tra loro distanti. A questa contrazione però corrisponde una dispersione sul piano geografico. Una grande impresa multinazionale può attualmente articolare la propria produzione e più in generale la propria organizzazione in più Paesi ma in questo modo aumenta la propria dispersione sul territorio. Più aumenta la dispersione e più si manifesta l'esigenza di centralizzare le principali funzioni, direttive e di controllo, in riferimento ai vari ambiti in cui è articolata l'impresa: finanziario, contabile, legale, di produzione, del marketing, della ricerca e dello sviluppo. L'evoluzione della complessità in questi settori impone alle imprese di affidarsi ad agenzie esterne specializzate nella gestione di questi specifici ambiti. Questo tipo di organizzazione richiede servizi, *know-how* e personale specializzato, tutte caratteristiche che noi troviamo concentrate nelle città. In esse si svolgono delle

funzioni fondamentali: sono le sedi privilegiate delle società finanziarie e del terziario avanzato che hanno sottratto all'industria il ruolo di punta nell'economia; sono luoghi di produzione ed innovazione per queste società e nello stesso tempo rappresentano un mercato per questi stessi prodotti ed innovazioni; sono la "stanza dei bottoni" dell'economia mondiale. Nelle città vengono processate la maggior parte d'informazioni, transitano la maggior parte dei flussi finanziari. Nelle città hanno sede le principali istituzioni politiche, economiche, scientifiche ed i principali *network*.

L'aspetto più interessante delle *città globali* è che in esse si concretizza quella dimensione globale che spesso rimane come di immateriale consistenza. Le città rappresentano localizzazioni del globale. Come in passato, ancora oggi le città costituiscono il legame tra il locale ed il globale. Le città sono le sedi dei motori di ricerca e delle banche dati che gestiscono la realtà virtuale della rete; nelle città hanno sede le borse ed i centri finanziari fatti di computer e lavoratori che gestiscono i flussi finanziari mondiali; e questo vale per tutti i settori che noi possiamo prendere in considerazione. Se è nella meta-rete globale che transitano, si creano e si rigenerano i flussi informativi e i modelli culturali, nelle città globali che troviamo le basi solide, concrete di questi fenomeni. In esse si svolge "il lavoro concreto che consiste nel produrre e riprodurre l'organizzazione e la gestione di un sistema di produzione globale e di un mercato finanziario globale". Se si considera che tra qualche anno la maggior parte della popolazione vivrà concentrata in grandi agglomerati urbani, le città globali rappresentano un angolo d'osservazione privilegiato dal punto di vista sociologico dal momento che esse sono, e lo saranno sempre di più, un terreno di confronto e di scontro tra le nuove classi sociali emergenti. Inoltre, per le caratteristiche sopra descritte, le città si possono materializzare come punto d'incontro tra l'individuo nella sua concretezza del vivere quotidiano e il sistema globale nella sua inafferrabilità. Le *"città globali"* rappresentano la base materiale locale su cui si struttura il sistema globale.

3.5 Il ruolo delle tecnologie comunicative nel processo di globalizzazione

Lo sviluppo delle tecnologie di informazione e comunicazione hanno svolto un ruolo rilevante nel processo di globalizzazione le cui sedi sono nelle città. Tecnologie in grado di modificare la struttura del sistema attorno al quale si organizzano le funzioni politiche, economiche, sociali e culturali. La velocità con cui le nuove tecnologie trasmettono i dati ha modificato la percezione personale di tempo e spazio. Così che uomini e culture del mondo si "*percepiscono* come reciprocamente legati, pur nelle loro differenze". Una (auto)percezione del tutto nuova di una transnazionalità che si avverte nei media, nel consumo, nel turismo. Portando a compimento quella che viene definita una "globalizzazione delle informazioni" (Beck. 2009, p. 35) per cui gli stati-nazione sono facilmente inseriti nello spazio della comunicazione globale. Ciò grazie principalmente alle

nuove tecnologie che sono organizzate all'interno di reti globali e che avverte Castells (2002a) "costituiscono la nuova morfologia sociale della nostra società e la diffusione della logica di rete modifica in modo sostanziale l'operare e i risultati dei processi di produzione, esperienza, potere e cultura".

Sono le reti il nuovo paradigma di organizzazione sociale all'interno delle quali si svolgono le funzioni e i processi dominanti. All'interno di esse le dimensioni di tempo e spazio perdono di significato nella contemporaneità o a dirla con le parole di Castells "le fondamenta materiali della società, dello spazio e del tempo vengono trasformate" (2002a) così che oggi, nella complessità, si parla di spazio dei flussi e di tempo acrono. Lo spazio dei flussi frammenta le "funzioni subordinate" e le persone nello "spazio dei luoghi" che è dato da località sempre più isolate e slegate l'una dall'altra. Il tempo acrono "sembra essere la negazione del tempo – passato e futuro – nelle reti dello spazio dei flussi" (Castells, 2002a). Ciò a dire che si possono avere non solo le informazioni in tempo reale ma anche comunicare con chi è dall'altra parte del mondo con chiunque in modo veloce e a basso costo. Anche lo spostarsi fisicamente da un luogo ad un altro diviene meno dispendioso. La globalizzazione reca in sé l'annullamento delle distanze, catapultando cose, idee e persone a livello transnazionale, gettando tutti in stili di vita transnazionali. Una perdita dei confini "dell'agire quotidiano" nelle differenti dimensioni: economica, dell'informazione, dell'ecologia, della tecnica, dei conflitti transculturali e della società civile. Qualcosa di "familiare e inconcepibile", ci dice Beck (2009), che però trasforma "radicalmente" la percezione della "vita quotidiana", costringendo tutti ad adeguarsi e trovare nuove risposte. Anche per Giddens la globalizzazione è da intendersi nel senso di "(con)vivere e agire al di sopra delle distanze (mondi apparentemente separati degli Stati nazionali, religioni, regioni, continenti)⁵⁷. Ridefinendo di fatto le variabili spazio-temporali. Così che seppur le società "moderne" sono per definizione non politiche, l'agire politico è sistemato meccanicamente, invece, all'interno dei confini dello Stato⁵⁸. Dando luogo all'immagine di tante società singole pur se limitate, ordinate e strutturate, non solo all'esterno ma anche all'interno, da una base statale nazionale, capace di un'*autoraffigurazione* e *autocoscienza evolutiva* di quelle che sono le società moderne (Beck, 2009, p.43), nella prospettiva di un *autogoverno democratico*, traducibile nella "liberazione dell'uomo dalla condizione di inferiorità". Una condizione che richiama quel *diritto alla felicità universale* che nel tempo si è tradotto da una "storia di violenza del colonialismo e dell'imperialismo europeo" ad una "politica di sviluppo" o anche una "teoria di sviluppo" o dei paesi in via di sviluppo dopo la seconda guerra mondiale e che oggi, per Bauman come per Beck (2009), sfugge dalle logiche del "maggior lavoro maggior profitto". Dunque una "felicità" che non trova più espressione nella quantità di lavoro, intendendo ciò come

⁵⁷ Cfr A. Giddens, 1997, *Oltre la Destra e la Sinistra*, Il Mulino, Bologna, pp. 33.

⁵⁸ Nel febbraio 1848 in "Il Manifesto del partito comunista" Marx ed Engels già argomentavano sullo "sfruttamento del mercato mondiale come di posizione marxiste che a ben vedere molto si assomigliano a quelle neoliberali, oltre a una prospettiva nazional statale messa in discussione negli ambienti politici del capitalismo industriale.

maggior possibilità di arricchirsi guadagnando di più⁵⁹. Un processo di razionalizzazione che se pur radicato nella coscienza di ciascun individuo, è sottomesso al contempo dal ricordo di una speranza possibile: *il ricordo del desiderio della felicità*⁶⁰. Desiderio che ha trovato la possibilità di esprimersi già con l'industria culturale divenendo in essa cultura "di intrattenimento". Svuotandosi così come era stato all'epoca della borghesia, dagli ideali che vanno al di là di quello che è l'ordine imposto ("dato") divenendo luogo di intrattenimento e meccanismo di adattamento all'ordine sociale esistente. Comunicazioni di massa ritenute da sempre dotate di alta 'democraticità' in quanto permettevano di disporre delle medesime informazioni da parte di tutti. Una democraticità che se un tempo era messa in dubbio da una comunicazione verticistica di massa, in cui solo in apparenza emittenti e riceventi sono sullo stesso piano, oggi di fatto è presente in quella comunicazione circolare e orizzontale che si riconosce al web 2.0. "A Internet si riconosce di essere una rete informativa globale che ricopre la terra come una tela di ragno" dove "le infrastrutture offerte per gli *user (utenti che generano contenuto)* sono di grande utilità. Così che la comunicazione può circolare per tutto il mondo senza difficoltà, "libera come il vento che soffia sugli oceani" (Beck, 2009). Questo è il motivo per cui gli Stati Uniti *in primis* (tra i primi produttori delle nuove tecnologie e sede delle industrie più importanti), mirando alla globalizzazione del mercato, hanno spinto con tutto il loro peso verso la *deregulation*, per far sì che il maggior numero possibile di Paesi aprisse i propri confini al 'libero flusso delle informazioni'⁶¹. In un contesto altamente democratico soprattutto per soddisfare l'immaginario di desideri frustrati, così da rinunciare a prendere atto della divergenza tra la libertà cui si aspira e l'ordine sociale in cui è si è immersi ma producendo contenuti che ridefiniscono immaginari non più e solo legati a gerarchie esistenti ma ad esperienze di vissuti. Nuovi immaginari globali dunque, frutto di una modernizzazione che riflettendo su se stessa, spinge a ragionare su nuovi paradigmi, in un certo qual modo come già Max Weber

⁵⁹ Su tale concetto anche l'economista Stefano Bartolini ha scritto un saggio dal significativo titolo "Manifesto per la felicità", sottolineando l'irritazione che ha teso dalla società del "ben-avere" a quella del "ben-essere". Una lettura del benessere che oggi si rende inattendibile se interpretata ancora e solo dalla lente del PIL (Prodotto Interno Lordo). Una situazione paradossale. Bartolini parte dall'ipotesi che nonostante l'aspettativa di vita sia più alta, vi sia una maggiore democrazia, migliore istruzione e un largo accesso ai beni di consumo, soprattutto nei Paesi ad economia avanzata, questi non si traducono di fatto in un aumento del benessere dei cittadini. Nel "paradosso della felicità" della società contemporanea, per Bartolini il cuore del problema è relazionale: sul lungo periodo, nelle società occidentali, si è registrato infatti un degrado nella qualità delle interazioni sociali. Lo sviluppo sempre maggiore dell'individualismo compromette, per l'autore, le esperienze relazionali che divengono meno frequenti e gratificanti. Secondo Bartolini diviene possibile e necessario trovare alternative per coniugare prosperità, economia e felicità. Cfr. S. Bartolini, 2010, *Manifesto per la felicità, Come passare dalla società del ben-avere a quella del ben-essere*, Donzelli editore, Roma.

⁶⁰ *L'aspirazione alla felicità* costituisce già, per gli studi sull'industria culturale della la Scuola di Francoforte di Horkheimer e Adorno (in *La dialettica dell'Illuminismo*), una parodia. Al tempo del capitalismo maturo l'industria culturale coincide con *l'amministrare lo svago*. Così che i lavoratori trovano nell'industria culturale, ad esempio nei film di Hollywood o in programmi radiofonici/televisivi commerciali, una compensazione solo temporanea ai sacrifici a cui si sottopongono. Al termine dello svago ogni lavoratore si ritrova immerso nella solita routine produttiva, che è costantemente alimentata e riconfermata dalla morale nascosta ad esempio in ogni film. Cfr. Horkheimer M., Adorno T. W., 1947, *Dialettica dell'Illuminismo*, trad. it., 1974 Einaudi, Torino.

⁶¹ In *Le monde diplomatique*, II aprile 1997.

aveva sostenuto: *la civiltà nel continuare il proprio cammino, costringe gli scienziati sociali a modificare il modo di concettualizzare nella molteplicità di un mondo senza confini.*

3.6 La società in rete

La capacità delle grandi città risiede nella loro possibilità di strutturarsi in reti trans-confinarie che, scavalcando la dimensione nazionale, collegano la dimensione locale con quella globale, contribuendo ad una perdita d'importanza dello Stato-nazione come principale interprete delle trasformazioni globali. Le città rappresentano un'importante articolazione del sistema globale, i principali attori concentrano in esse la loro attività e, attraverso le città, transitano la maggior parte dei flussi finanziari ed informativi. I processi di globalizzazione fino ad ora descritti, sono stati sostenuti dallo sviluppo delle tecnologie ed in particolare modo per quelle che concernono l'elaborazione e la trasmissione di dati ed informazioni. La rivoluzione tecnologica odierna è incentrata sulle tecnologie dell'informazione, che comprendono la microelettronica, la *computer science*, le telecomunicazioni e l'ingegneria genetica.

I *computer* hanno aumentato la loro capacità di memoria e la capacità di elaborare e processare informazioni. La tecnologia informatica trova applicazione in tutti gli ambiti, da quelli professionali-lavorativi a quelli domestici fino a quelli sociali. Le telecomunicazioni hanno sviluppato le loro potenzialità e permettono di collegare vari punti del pianeta. I cavi in fibra ottica consentono la trasmissione di dati in quantità superiore al passato e le principali dorsali delle reti telefoniche e di Internet, compresi i collegamenti internazionali, sono in fibra ottica. La digitalizzazione si è imposta come sistema dominante perché, da un lato rende più economica la produzione delle informazioni e dall'altro, espande i mercati e i confini della loro fruizione, permettendo l'interattività dei moderni sistemi comunicativi.

Le *nuove tecnologie applicate* all'informazione e alla comunicazione hanno inoltre prodotto, come si è visto, una contrazione del tempo e dello spazio. La distanza tra i vari punti si è annullata; il tempo è quello della contemporaneità (Castells, 2010). Migliaia di dati possono essere trasmessi contemporaneamente in frazioni di secondo; le notizie vengono apprese nel momento in cui accadono. Il mondo del lavoro è stato completamente trasformato: ad una progressiva delocalizzazione delle produzioni si assiste negli ultimi anni ad una ulteriore delocalizzazione nel campo dei servizi. A beneficiare di questi nuovi strumenti sono stati soprattutto i campi della finanza e dell'informazione. I *network* mondiali trasmettono le notizie in tempo reale senza soluzione di continuità. I centri finanziari spostano ogni giorno, senza sosta, milioni di azioni e di valute dov'è più conveniente: apre la borsa di Londra chiude Tokyo, chiude Londra apre New York, chiude New York e riapre Tokyo, senza sosta.

Il pianeta è avvolto da una rete globale all'interno della quale flussi informativi e finanziari scorrono ininterrottamente attraverso i vari nodi interconnessi tra loro. Si è affermato negli ultimi decenni un nuovo paradigma tecnologico la cui importanza storica è paragonabile a quella rivestita in passato dalla rivoluzione industriale⁶². Castells sottolinea cinque aspetti che ritiene caratteristici di questo nuovo paradigma.

Il *primo* riguarda l'informazione che ne rappresenta la materia prima. La particolarità delle nuove tecnologie consiste nella loro capacità di generare un meccanismo di retroazione tra informazione e tecnologie. La peculiarità sta nell'applicazione della conoscenza e dell'informazione a dispositivi per la generazione della conoscenza e l'elaborazione dell'informazione. Una volta introdotta, la tecnologia viene fruita dagli utenti; attraverso l'utilizzo viene rielaborata e ridefinita la tecnologia stessa. *Le nuove tecnologie dell'informazione non sono semplicemente strumenti da applicare, ma processi da sviluppare. Chi utilizza e chi produce sono spesso la stessa persona* (Castells, 2002a). L'informazione quindi rappresenta un valore aggiunto per la sua capacità d'influenzare la tecnologia e la rielaborazione esercitata dagli utenti sulla tecnologia stessa produce come conseguenza uno stretto rapporto tra i processi sociali di creazione e manipolazione dei simboli e la capacità di produrre ed erogare beni e servizi, cioè tra la cultura della società e le forze produttive⁶³. Queste considerazioni ci introducono al *secondo* aspetto del nuovo paradigma: essendo l'informazione parte integrante di ogni attività umana, il nuovo *medium* tecnologico influenza tutti gli ambiti della nostra esistenza quotidiana, individuale o collettiva. La *terza* caratteristica riguarda la struttura o l'insieme di relazioni connesse all'altissimo livello d'interattività proprio delle nuove tecnologie: la rete. La logica a rete permette di strutturare le relazioni pur mantenendo un alto grado di flessibilità. La rete è infatti una struttura aperta, in continua trasformazione. Inoltre, quando la rete si sviluppa, lo fa in modo esponenziale ed esponenziali sono i benefici che se ne traggono, mentre il costo cresce in modo lineare. La morfologia della rete quindi appare adatta agli imprevedibili modelli di sviluppo derivanti dalla complessità delle interazioni delle nuove tecnologie dell'informazione. Il *quarto* aspetto concerne la flessibilità: la capacità del sistema di rielaborare i processi in atto e di riconfigurarsi pur mantenendo costante la struttura. Questa fluidità organizzativa permette il cambiamento costante delle regole e degli elementi dell'organizzazione senza distruggere quest'ultima. La *quinta caratteristica* del nuovo paradigma tecnologico riguarda l'integrazione, più esattamente dalla

⁶² Castells individua e definisce un nuovo paradigma tecnologico, l'*informazionalismo*, caratterizzato dalla centralità dell'informazione e dalla capacità umana di rielaborare e accrescere la conoscenza e l'informazione. Così come il paradigma precedente, l'industrialismo, ha reso possibili la forma di organizzazione sociale dominante fino al XX secolo, così l'*informazionalismo* induce ad una nuova forma di organizzazione sociale, strutturata in reti di relazioni, la *network society*. Cfr. M. Castells, 2002a, *La nascita della società in rete*, EGEA Università Bocconi, Milano

⁶³ "In tal modo i computer, i sistemi di comunicazione e la decodificazione e programmazione genetica rappresentano tutti amplificazioni ed estensioni della mente umana. Ciò che pensiamo, e il modo in cui lo pensiamo, si manifestano sotto forma di beni, servizi, produzione materiale e intellettuale, che si tratti di cibo, abitazione, sistemi di comunicazione e trasporto, computer, missili, salute, istruzione o immagini" Cfr. Castells, 2002a, *La nascita della società in rete*, EGEA Università Bocconi, Milano, p. 225

crescente *convergenza di tecnologie specifiche in un sistema altamente integrato* (Castells, 2002a). Microelettronica, telecomunicazioni e computer sono ormai tutti integrati in sistemi informativi; è difficile concepire un prodotto senza pensare alle variabili derivanti dall'interazione con altri prodotti. Le telecomunicazioni sono legate al computer che dipende dalla potenza dei microprocessori che sono studiati in rapporto al computer. Anche le biotecnologie stanno procedendo verso un'integrazione tra microelettronica e biologia.

E' d'aiuto sottolineare che la convergenza sin qui descritta va intesa in un duplice modo sia tecnologico che culturale⁶⁴. La realtà che ci si presenta è quella di una società strutturata in reti di relazioni, con un forte livello d'integrazione reso possibile dalle nuove tecnologie. L'elemento principale di comunicazione è rappresentato dall'informazione che all'interno del sistema viene continuamente rielaborata e perfezionata. L'arricchimento dell'informazione contribuisce a quello della tecnologia; esiste infatti uno stretto legame tra informazione, conoscenza e tecnologia che attraverso un meccanismo di retroazione si alimentano a vicenda. L'importanza dell'economia e della finanza nell'ambito del sistema capitalistico inserisce a pieno titolo il capitale finanziario tra gli elementi dominanti del sistema. Il capitale finanziario è orientato al profitto ed investe nelle attività più redditizie che sono quelle ad alto contenuto tecnologico e informativo. Informazione, conoscenza, tecnologie e capitale finanziario sono gli elementi costitutivi dominanti della struttura globale. La rete globale è strutturata intorno ai flussi finanziari.

La rete è un insieme di nodi interconnessi tra loro⁶⁵. Le città globali, che abbiamo prima descritto, rappresentano i principali nodi attraverso i quali transitano le informazioni e i flussi finanziari, ma non sono gli unici. Altri attori sono inseriti nella rete globale o nelle sottoreti di pertinenza e tutti sono inseriti a differenti livelli nel sistema di comunicazione globale. Gli attori in campo tendono ad aggregarsi in base al loro orientamento o specializzazione, strutturandosi in sottosistemi di un sistema più ampio⁶⁶. Per esempio possiamo avere un sistema politico, un sistema economico, un sistema culturale, che possono essere rappresentati come sottosistemi del sistema globale. Così il sistema economico, per esempio, è articolato in vari sottosistemi più piccoli, l'impresa, la banca, la stessa amministrazione pubblica quando agisce come soggetto economico. Questi sistemi utilizzano dei differenti codici⁶⁷ comunicativi

⁶⁴ A tal proposito Cfr. H. Jenkins, 2007, *Cultura convergente*, Apogeo (collana Apogeo Saggi), Milano 21

⁶⁵ Un nodo è un punto in cui una curva interseca se stessa. Che cosa sia concretamente un nodo, dipende dal tipo di reti cui si fa riferimento. Cfr. Castells, 2002a, *La nascita della società in rete*, EGEA Università Bocconi, Milano

⁶⁶ Occorre specificare che ogni sottosistema rappresenta un ambiente per gli altri sottosistemi: "Differenziazione del sistema non significa che tutto venga scomposto in parti e che, di conseguenza, considerato a questo livello, esso sia composto solo da queste parti e dalle relazioni tra le parti. Piuttosto ogni sistema parziale ricostruisce il sistema complessivo, al quale appartiene e alla cui autopoiesi partecipa, attraverso una propria differenza tra sistema e ambiente" in N. Luhmann, R. De Giorgi, 1992, *Teoria della società*, Franco Angeli, Milano

⁶⁷ "Con codice si intende una regola di duplicazione che consente di correlare ad ogni entità che cada nel suo campo d'applicazione un'entità corrispondente.[...] Le schematizzazioni binarie sono tipi specifici di distinzioni caratterizzate da un rigido binarismo con l'esclusione di terzi valori. [...] Caratteristiche della

in rapporto alla loro funzione specifica. Così per esempio il sistema finanziario selezionerà le operazioni da fare distinguendo se portano un guadagno economico oppure no; diversamente un leader politico cercherà di presentarsi e di compiere azioni che concorrano ad aumentare il consenso degli elettori nei suoi confronti. I codici servono ai vari sistemi per selezionare le operazioni da compiere in rapporto alla complessità dell'ambiente esterno e nello stesso tempo rappresentano informazioni attraverso le quali il sistema modifica la propria struttura. Più aumenta la complessità dell'ambiente e più aumenta la complessità del sistema che seleziona tra le operazioni da compiere e quelle che gli garantiscono la sopravvivenza.⁶⁸

L'incontro tra la chiusura operativa dei sistemi e la realtà aperta della rete induce a riflettere su di un paio di considerazioni. La prima concerne la contemporaneità delle azioni determinata dalla velocità propria delle nuove tecnologie. La nuova struttura tecnologica, capace di collegare ogni punto del pianeta annullando lo spazio ed il tempo tra i luoghi, si offre come strumento ideale per le dinamiche interne dei sistemi, basate su selezioni codificate altamente efficienti. La dimostrazione più evidente, in riferimento a questo aspetto, è rappresentata dal sistema finanziario. Il codice "guadagno-non guadagno" applicato alle nuove tecnologie collegate nella rete mondiale permette di spostare masse di capitali in pochi secondi, aumentando gli utili perché aumentano le possibilità d'investimento, ma creando nello stesso tempo forti squilibri all'interno del sistema. La seconda considerazione riguarda la struttura reticolare dei collegamenti, la quale è ad un tale livello che *qualsiasi azione nell'ambito della rete si riflette immediatamente per tutta la rete stessa*. La rete rappresenta una realtà aperta perché flessibile alle continue sollecitazioni che riceve, una struttura in continua trasformazione. Ridurre la complessità da parte dei sistemi e dei sottosistemi diventa estremamente difficile. Tornando all'esempio di prima, lo stesso sistema finanziario rischia di essere vittima di se stesso perché le sue operazioni si moltiplicano sia in positivo che in negativo in tutto il sistema e possono provocare conseguenze anche per gli altri sottosistemi; per esempio per il sistema politico e produttivo.

Queste ultime considerazioni introducono un ulteriore argomento concernente il *rapporto tra potere e sistema* o più precisamente riguardo alla configurazione del potere all'interno del sistema stesso, che presenta due aspetti in contraddizione tra loro. Nel primo aspetto il potere si presenta come totalizzante. Il sistema globale ha raggiunto un grado tale d'integrazione che una rottura in un punto qualsiasi rischia di riflettersi su tutto il sistema nel suo complesso, come lo scioglimento di un nodo nella rete può condurre ad un progressivo scioglimento di altri nodi fino al disfarsi della rete stessa. Come una

binarietà è quindi una drastica riduzione, che restringe l'infinita gamma delle possibilità a due sole opzioni collegate attraverso una negazione" C. Baraldi., G. Corsi, E. Esposito, 1996, *Luhmann in glossario*, Franco Angeli, Milano

⁶⁸ "La complessità di un sistema è complessità organizzata. Essa consiste nella relazionabilità selettiva tra gli elementi del sistema: è l'organizzazione selettiva dell'autopoiesi del sistema." L'autopoiesi è la capacità del sistema "di produrre e riprodurre esso stesso e gli elementi che lo costituiscono". Cfr. C. Baraldi., G. Corsi, E. Esposito, 1996, *Luhmann in glossario*, Franco Angeli, Milano

torre, per cui togliere un tassello della stessa equivarrebbe a farla crollare. Da qui l'esigenza del sistema stesso di tutelarsi e di garantirsi la sopravvivenza. Il potere esercitato dal sistema è, da questo punto di vista, totale ed ogni azione è tollerata nella misura in cui tende ad integrarsi con il sistema stesso. Nell'altro aspetto il potere si presenta debole, sfuggente. Le decisioni prese, nell'ambito del sistema e dei vari sottosistemi, sono meno vincolanti perché diluite nella struttura aperta, flessibile e continuamente mutevole della rete globale che rende impossibile per chiunque esercitare un potere assoluto, che si presenta diffuso nelle infinite connessioni della rete del sistema globale. Il potere allora consiste nella capacità di accendere gli "interruttori" (Castells, 2002a) che connettono i vari nodi della rete.

Qualunque decisione presa, però, non può prescindere dalla realtà costituita dal costante flusso dell'informazione e del capitale finanziario, tra loro strettamente legati, che percorrono i nodi della rete e ne modificano continuamente la struttura. La morfologia della rete prevale nelle scelte e nelle decisioni: *"il potere dei flussi si afferma sui flussi di potere"* (Castells, 2002a).

Il nuovo paradigma tecnologico nella sua pervasività investe tutti gli ambiti di vita, dalla politica all'economia, dal sociale alla cultura. Le forme del pensiero, l'azione dei soggetti, l'organizzazione sociale non possono prescindere da tutto ciò. Si produce uno scarto, nella dimensione spazio-temporale, tra le funzioni dominanti che si esplicitano nei flussi informativi e finanziari della rete globale ed i partecipanti alla vita sociale. Mentre il capitale è nella sua essenza globale e come tale agisce, il lavoro è locale, frammentato nell'organizzazione, disaggregato; diviso nell'azione collettiva si individualizza. Le funzioni dominanti vivono lo spazio dei flussi organizzate in rete che le connettono a livello globale; le funzioni subordinate, le persone, vivono lo spazio dei luoghi, in dimensioni locali, frammentate, distanti tra loro. Il tempo dei flussi è il tempo asincrono, la contemporaneità degli eventi, quasi una negazione del tempo stesso. Il tempo dei luoghi, delle persone, è il tempo sincrono dell'orologio, della vita quotidiana. Le forme dominanti della rete costruiscono un nuovo ordine sociale che esclude le funzioni non essenziali, i soggetti e i gruppi subordinati, i territori senza importanza. Queste entità possono essere territori o nazioni marginali dal punto di vista della geopolitica e dell'economia, oppure enclaves localizzate all'interno di aree avanzate e politicamente dominanti; pensiamo alle differenze esistenti tra zone o quartieri all'interno delle stesse città globali. Non che gli individui, i gruppi, i luoghi scompaiano, ma sono ininfluenti nell'organizzazione delle forme del lavoro, nella creazione dei codici culturali, nelle decisioni in campo politico ed economico. Il nuovo ordine sociale è vissuto come una sequenza di eventi casuale, automatizzata, dettata dalla logica incontrollabile dei mercati, della tecnologia, dell'ordine geo-politico, verso la quale si è impotenti, incapaci di esercitare alcun potere sul corso degli eventi.

3.7 Flussi di comunicazione, flussi di cultura

Duplici è la convergenza a cui oggi si assiste nella società a rete, sia tecnologica che culturale. Il nuovo assetto culturale globale, il nuovo sistema-mondo, deve cominciare ad essere visto come un ordine complesso, sovrapposto e disgiunto che non può più essere compreso entro i termini del modello centro-periferia. Così come le tecnologie sono diverse anche la cultura non è una ma esistono differenti culture che vivono nello spazio dei flussi e che si infrangono sulle persone che vivono lo spazio dei luoghi. Così da parlare di flussi culturali per evidenziare l'estrema mobilità e fluidità della cultura. Persone di "comunità globali" che non nascono per effetto di un processo di omogeneizzazione culturale, ma come risultato della presa di coscienza di rischi globali e dalla partecipazione degli individui ad avvenimenti planetari (Giddens, 1994). Di contro, l'indebolimento del senso di appartenenza alla comunità nazionale, corrisponde al rafforzamento di una identità globale, la cui costruzione sarebbe essenzialmente favorita dai media elettronici (Giddens, 1994). Una *globalizzazione culturale*, per cui culture locali conquistano il palcoscenico mondiale. E' proprio lo sviluppo di relazioni sociali a ridimensionare il sentimento nazionalistico e simultaneamente a favorire la rinascita dei particolarismi regionali e locali. Producendo delle conseguenze enormi. Principalmente effetti differenti nel confronto fra culture diverse. E' il caso dei fondamentalismi per cui il confronto di culture si traduce in scontro tra culture, di contro esistono fenomeni d'integrazione culturale che si manifestano in vari modi: dai tatuaggi giapponesi, all'abbigliamento *rapper* ad aspetti superiori come la condivisione di filosofie e religioni. Ma la globalizzazione riguarda anche le persone e le popolazioni, nel particolare è riferibile al processo di divaricazione della ricchezza tra il Nord ed il Sud del mondo. Un processo che si costituisce all'origine dei grandi flussi migratori e che muovono le persone dai Paesi più poveri a quelli più ricchi. Dettando il netto contrasto tra chi è nel mondo un "turista" e chi un "vagabondo" (Bauman, 2002). Così mentre i turisti possono viaggiare da una parte all'altra del pianeta (per piacere o per lavoro) con grande libertà di spostamento derivante dalla loro posizione sociale e dalle capacità economiche, dunque sempre in movimento; i vagabondi si spostano con fatica alla ricerca di mezzi necessari a garantire loro una vita dignitosa, spesso ostacolati nel loro viaggio da leggi che ne limitano la libertà e una volta giunti in un luogo non sempre riescono a muoversi nuovamente. Libertà di spostamento ampliata dalla rete 2.0 nella possibilità che offre di essere contemporaneamente in un posto e nell'altro, un'ubiquità senza frontiere. Un'ubiquità dono non di tutti a causa del *digital divide*, ovvero il divario esistente tra chi ha l'accesso effettivo alle tecnologie dell'informazione (personal computer e Internet) e chi ne è escluso: essendo questo tipo di comunicazione dipendente da diversi mezzi e facilitato dalla presenza di alcuni requisiti socio-economici. Così che i motivi di esclusione comprendono diverse variabili: condizioni economiche, livello di istruzione, qualità delle infrastrutture, differenze di età e di sesso, appartenenza a diversi gruppi etnici, provenienza geografica. Nonostante ciò l'accesso alla rete non sta diminuendo tanto che nel 2005 i nuovi utenti Internet nei Paesi in via di sviluppo erano quasi il doppio rispetto ai Paesi dell'OCSE (Organizzazione e cooperazione per lo sviluppo

economico) (Castells, 2010). E' il caso della Cina con la crescita più rapida nel numero di utenti Internet. Il *digital divide* si basa sul presupposto che l'ubiquità delle ICT (intendendo per ICT l'insieme delle tecnologie che consentono di elaborare e comunicare l'informazione attraverso mezzi digitali) è un bene pubblico (non volendo qui cogliere eventuali criticità se sia una cosa buona o meno l'accesso a Internet o ai new media). Tanto se la componente delle grandi trasformazioni della comunicazione rappresentano l'espressione delle relazioni sociali, relazioni in ultima analisi di potere, che stanno alla base dell'evoluzione del sistema di comunicazione multimodale, il *digital divide* nasce tra i Paesi e all'interno di essi, in relazione al loro potenziale di consumo e al livello delle infrastrutture di comunicazione. Ancora oggi, con l'ampliamento del *wireless* e della banda larga, il divario nell'istruzione, nell'operare in una cultura digitale tendono a riprodurre e amplificare le strutture di classe, etnia, razza, età e genere del dominio sociale *tra-ed-entro* i Paesi.

Le nuove tecnologie, dunque, collegando il mondo in una rete globale, permettono alle persone di scambiarsi informazioni, idee, conoscenze, anche a grande distanza, oltre lo spazio e il tempo. Ciò ne consegue che il luogo della produzione dei significati e quello della loro fruizione possono anche coincidere. Inoltre, un altro aspetto importante riguarda le persone, che oggi si muovono molto di più di un tempo da un continente all'altro. Questo intreccio tra flussi informativi sui media e la mobilità delle persone a livello globale, produce a sua volta i flussi culturali più densi e complessi. Seguendo questo tipo di approccio, i simboli veicolati a livello globale vengono mediati a livello locale. Così un programma televisivo, un capo d'abbigliamento, un alimento o un qualsiasi prodotto di consumo accompagnato dal suo bagaglio simbolico-culturale, viene decodificato a livello della cultura locale e può assumere differenti valenze e significati a seconda del luogo e delle persone da cui viene fruito. Nello stesso tempo lo stesso tipo di prodotto contribuisce, nella mediazione con la realtà individuale e collettiva vissuta dai soggetti, alla creazione di quelli che Appadurai definisce come "pluralità di mondi immaginati" (2001).

Mondi immaginati che vivono in un ambiente reale. Tanto che un ruolo importante nella vita sociale è dato dalla ridefinizione della cultura da parte dell'immaginazione. Questa è divenuta una vera e propria pratica sociale. Una pratica culturale organizzata, vero e proprio fatto sociale. L'immaginazione è una forma di negoziazione tra gli individui, forma di organizzazione culturale. Così che oggi sempre più persone al mondo vedono le proprie vite attraverso la lente delle vite possibili messe a disposizione dai media. La fantasia e l'immaginazione sono vere e proprie pratiche sociali che modellano le vite delle persone entrando nell'invenzione delle loro vite sociali. Le persone vedono in tal modo le loro vite come compromesso tra quel che potrebbero immaginare e quel che la vita sociale permette loro. I flussi di comunicazione/informazione hanno inoltre ridefinito una cultura, che diventa essa stessa flusso. La disquisizione tra una cultura omogenea (un "mondo mcdonalizzato" come ci dice Ritzer) o eterogenea globale, è rivolta sempre più a credere ad una eterogeneità nella capacità di ciascuno di dare significato tra un testo e un conteso comunicativo, ampliata dalla visione di flussi comunicativi globali

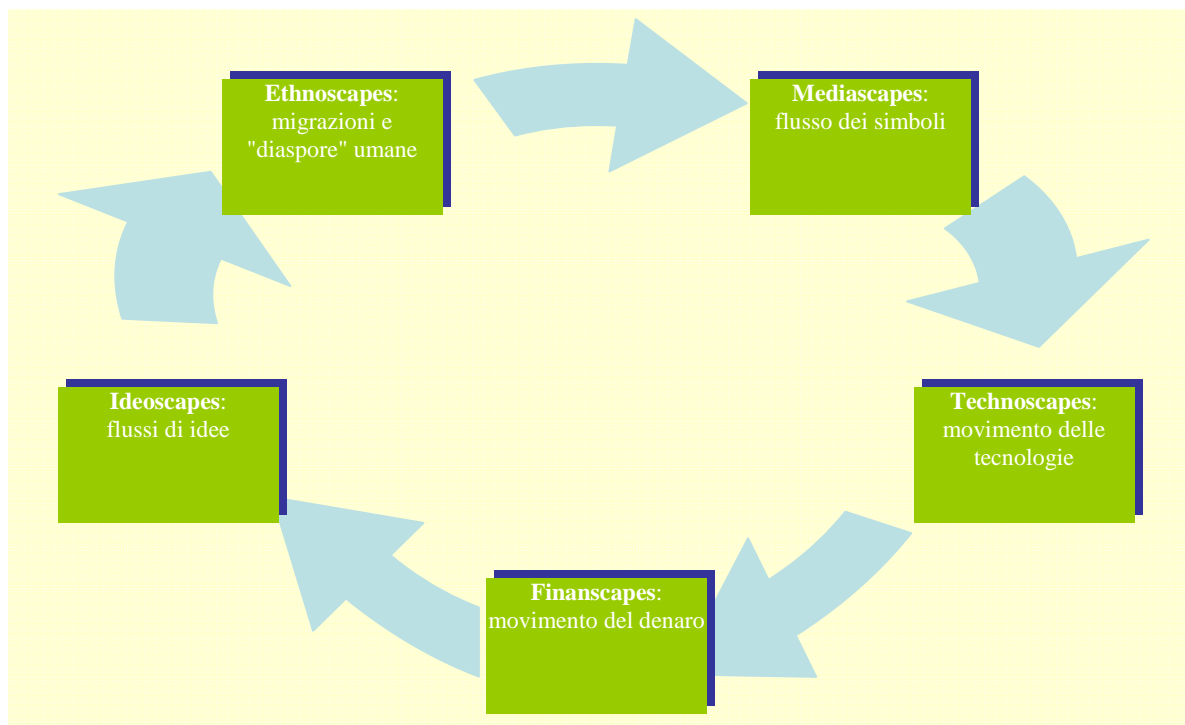
capaci di legare culture globali in interazione con culture locali. Se solo si pensa agli anni 80 del secolo scorso questi sono ricordati come il decennio del riflusso. L'oscillazione tra il pubblico e privato che si registra in quegli anni diviene il motore del privatismo che sfocia nell'edonismo, nella cultura dell'apparire. Tanto che soprattutto le televisioni commerciali si fanno forti nel promuovere nelle coscienze l'immagine come rappresentazione. Dando forma a quella che Baudrillard definisce una "iperrealtà. Le nuove tecnologie della comunicazione e informazione si congiungono ad una globalizzazione culturale che rimescola le culture globali con quelle locali dando luogo a quella che Robertson definisce "*glocalizzazione*" (1999). Il mondo glocale può rappresentarsi come un "mondo disgregato dai conflitti" in cui la "divisione" sarà stabilita dalle variabili di *inclusione/esclusione* dalle forze di acquisto. I termini della questione si ripropongono se si considera *il consumo* non come mero specchio delle dinamiche del sistema produttivo, ma *nella sua dimensione creativa di significati*. La metafora del linguaggio nell'interpretare il consumo sposta il ragionamento dal rapporto tra conoscenza, cultura e società, così da analizzare la relazione che intercorre tra forme delle conoscenze (il linguaggio), il pensiero e l'agire. Il consumo deve essere inteso nella prospettiva, che accetti congiuntamente i contributi dell'approccio socio-antropologico e socio-semiotico in pratiche di consumo in cui tener conto della creatività. L'approccio socio-antropologico analizza il comportamento di consumo in relazione alle valenze culturali che esso comporta. L'oggetto di consumo non è visto in funzione della sua utilità e delle sue caratteristiche intrinseche, ma in funzione del valore simbolico che assume nell'ambito dello scambio. Nei rituali di consumo assistiamo alla produzione ed alla stabilizzazione di significati condivisi; in questo senso il consumo contribuisce a fondare le categorie sulle quali si fonda la realtà sociale.

L'approccio socio-semiotico analizza il consumo come un linguaggio e il prodursi dei discorsi, attraverso le azioni di consumo dei soggetti, all'interno del contesto sociale. Nel consumo produttivo gli oggetti assumono la valenza di veri e propri testi che scaturiscono dal contesto e nello stesso tempo contribuiscono alla sua definizione, così che "testo e contesto finiscono per non preesistere, ma co-costituiscono il medesimo processo". Struttura e cultura sono sempre in un rapporto dialettico tra loro. I significati non nascono dal nulla ma necessitano di una struttura, così come noi elaboriamo i nostri pensieri facendo riferimento ad una cultura appresa; ma nello stesso tempo siamo noi stessi, con i nostri pensieri ad aver creato le basi della nostra cultura, pensieri e significati condivisi e stabilizzati nella struttura sociale.

Tanto che i processi di globalizzazione, lo sviluppo dei mezzi d'informazione e comunicazione, la mobilità delle persone, hanno prodotto delle conseguenze nel rapporto tra struttura e cultura. La struttura comunicativa si è ramificata a livello globale decentrando le strutture di potere politico, economico e culturale, nelle maglie del sistema; oggi il potere è diffuso e decentrato sia dal punto di vista spaziale che nell'ambito dei vari sistemi e sottosistemi. Nello stesso tempo la struttura del sistema comunicativo permette un'interazione da parte dei soggetti tra di loro e con la struttura stessa. Nell'ambito del consumo, per

esempio, assistiamo all'affermarsi della figura del *prosumer*, il consumatore che, sfruttando l'interattività dei moderni sistemi di comunicazione, diviene co-produttore, portando il suo contributo alla realizzazione ed al miglioramento del prodotto. Così i significati che percorrono l'arena globale vengono continuamente interpretati e rielaborati. Conseguenza questo di un'incessante produzione e riproduzione di significati sempre più difficili da sedimentare in virtù della velocità e della struttura della forma comunicativa. Non a caso adesso si preferisce la definizione di flussi culturali, per evidenziare l'estrema mobilità e fluidità della cultura. Le conseguenze sull'individuo sono duplici. Da una parte si assiste al riemergere di concetti "forti" tipo religione, nazione, razza, ai quali potersi ancorare nella costruzione dell'identità personale e collettiva. D'altra parte ci troviamo di fronte ad un individuo privo di un'identità forte, in tensione, come afferma Giddens (1990), tra processi di *disembedding*, di sradicamento delle relazioni e movimenti di *reembedding*, di ricerca di nuove forme di ancoraggio. "In una società mutevole e contraddittoria, articolata in differenze tra loro non omogenee": l'individuo costruisce la propria esistenza nei differenti ruoli giocati nell'ambito della quotidianità. Il consumo assume quindi un'importanza fondamentale nella costruzione dell'identità dell'individuo e nella produzione del contesto sociale in cui vive; uno strumento per la costruzione di significati ed una modalità di relazione e di produzione del contesto sociale. Più specificamente il *consumo responsabile* esprime dei valori peculiari per quanto riguarda l'idea che l'individuo ha di se stesso e del suo rapporto con il mondo che lo circonda. Il consumo responsabile o sostenibile investe, nelle sue varie manifestazioni, tutti gli ambiti della quotidianità ed entra nelle differenti sfere funzionali nelle quali le persone si trovano ad operare. Inoltre esso agisce in una doppia valenza culturale e strutturale. In primo luogo i valori e le motivazioni che stanno alla base del consumo responsabile e sostenibile contribuiscono a modificare l'universo culturale globale perché investe delle tematiche che appartengono a tutti. In secondo luogo centra un punto fondamentale in relazione al sistema economico-produttivo, quello della responsabilità, inteso come capacità del sistema di sopravvivere a se stesso. *Vedere nel consumo una modalità espressiva della cultura e le sue conseguenze è solo un primo passo per comprendere la cultura nella società globale.* Un'immagine della cultura che include il mutamento capace di riprodurre relazioni di potere dimensione radicata nell'esistenza stessa della cultura (come affermano anche Baudrillard, Bourdieu e Ritzer). La *cultural theory* ha messo in luce come la cultura globale sia eterogenea, e anche per Beck (2009) la cultura globale deve essere intesa "come un processo contingente e dialettico" e non una logica univoca di capitale. Così che se il fattore innovativo del mondo contemporaneo è rappresentato dalla particolarità del nuovo ordine mediatico, politico, economico e sociale, la distanza tra individui e gruppi è dettata dalla vicinanza elettronica. Un sistema globale in cui i processi culturali si sviluppano attraverso flussi globali di persone e cose. Interazione della comunicazione istantanea del contatto tra gli uomini con una frequente mobilità di materia culturale. Come nel caso della glocalizzazione. Così che per Appadurai (2001), le culture glocali sono "una vera mescolanza di componenti disperate, provenienti da ogni dove e da nessun luogo, scaturite dai moderni (postmoderni) carri da guerra del sistema di comunicazione globale"

Appadurai (2001). La complessità di una cultura dinamica, permette di ragionare sui flussi culturali. Questi ultimi sono oggetti sociali empirici. Il flusso rinvia al concetto di scambio, importante per capire i nuovi panorami mondiali, in un modello di relazioni possibili. Oggi ad essersi indebolite sono le forme di *mediazione* (che siano ideologiche, religiose, istituzionali, scientifiche) come il ruolo dei mediatori legittimi. Il flusso, dice Semprini (2003), “diviene una metafora della configurazione delle società contemporanea al punto da arrivare a definirle società del flusso”. Nel passaggio dal semplice al complesso, dalla differenziazione delle forme di vita e delle organizzazioni, nel cammino dal discontinuo al continuo, continuità che occorre rispettare per evitare l'esclusione dalla scena sociale, il flusso culturale è la combinazione di una molteplicità di istituzioni ed attori. Nella società di flusso un ruolo fondamentale è giocato dalla *creatività* degli individui, dalla ri-elaborazione del significato, al partecipare alla segmentazione e distribuzione nell'interazione tra attori e flusso. Nel flusso l'attore non è una pedina all'interno della società e della cultura ma è anti determinabile nella sua capacità, come propone la teoria culturale, di *agency*. Vivere nei flussi globali vuol dire essere immersi in una sovrabbondanza di significati che si manifestano attraverso un flusso disordinato e non gerarchizzabile. Per tale motivo siamo alla continua ricerca di senso, poiché non sempre il flusso si trova in forma organizzata, mentre ogni individuo è chiamato a partecipare alla produzione di significato. Nelle società contemporanee mentre una parte del flusso culturale passa tra le persone, un'altra passa tra governanti e sudditi (o tra chi compra e vende), attraversando cornici organizzative del processo culturale del mondo odierno: forma di vita (come relazioni tra esseri umani), Stato (intesa come forma organizzata di controllo all'interno del territorio), mercato (trasferimento di beni culturali) e movimenti (capaci di esercitare una forte influenza come nel caso già citato del movimento delle donne o quello ambientale) (Hannerz, 2001; Paltrinieri, 2004). Allo stesso modo di Hannerz, nel suo discorso funzionale delle cornici, il sociologo indiano Appadurai individua cinque paesaggi. Le forme di un flusso culturale proveniente da un determinato ambito e che prende da altri contesti non sono mai perfettamente sincronizzati con il mondo referenziale che per prima ha dato a quei flussi. Appadurai, partendo dal presupposto che la complessità dell'attuale condizione mondiale ha a che fare con alcune fondamentali disgiunture tra economia, cultura e politica, pensa che sia necessario esplorare queste per osservare le relazioni che intercorrono tra di esse. Disgiunture che è possibile intendere attraverso cinque dimensioni che caratterizzano i flussi culturali globali. Un primo è quello rappresentato dalle persone, gli *ethnoscapes*; i *tecnoscapes* i movimenti delle tecnologie meccaniche e informatiche che superano i confini; i *financescapes* con le enormi somme di denaro che superano i confini nazionali; i *mediascapes* la divisione nella possibilità di produrre e diffondere immagini elettroniche; gli *ideoscapes* che rimanda ad una serie concatenata di immagini a volte messe al servizio di ideologie e di uno Stato che trae origine nell'Illuminismo.



Sono questi panorami fluidi e irregolari, non si tratta di relazioni date oggettivamente ma di costrutti influenzati dalle contingenze storiche, politiche, sociali, linguistiche e degli attori che ne prendono parte. Tra di essi la relazione è disgiuntiva e imprevedibile. L'attore individuale è il luogo ultimo di questi panorami. Fenomeno della deterritorializzazione che sposta flussi di persone e cose, creando nuovi mercati e rapporti di produzione, muovendo gruppi migranti tanto da avallare in mutamento del ruolo rivestito dagli stati-nazione. In cui i punti di partenza come quelli in arrivo sono in continuo movimento. Il lavoro della riproduzione culturale è profondamente complicato, politicizzato ed esposto ai traumi della deterritorializzazione che permette risorse per la creazione di contro nuclei identitari. Questi hanno luogo nella fluidità degli stili internazionali, delle forme del capitalismo disorganizzato e della comunicazione transnazionale capace di creare comunità "senza il senso del luogo" (Appadurai, 2001). Così che la cultura diviene sempre meno quella che Pierre Bourdieu identifica come *habitus*⁶⁹ per divenire un'arena di scelte e rappresentazioni consapevoli. *Rappresentazioni consapevoli* spesso rivolte ad un pubblico multiforme e spazialmente dislocato. I panorami dell'identità di gruppo, gli etnorami, sono mutati. Le formazioni identitarie operano secondo modi che trascendono i confini territoriali specifici. Così che le basi della riproduzione culturale vanno riconsiderate secondo nuove prospettive. L'architettura del pensiero, l'azione e la vita negli spazi e nelle identità nazionali-

⁶⁹ Pierre Bourdieu intende per *habitus* come un sistema di necessità e libertà incorporate, trasformati in atteggiamenti che generano modi di essere e fare, acquisiti attraverso l'inculturazione. Principio generatore di pratiche classificabili (sia nella capacità di produrle che di valutarle e costituirle in segni distintivi di queste). Nel rapporto tra queste due ultime capacità si definisce l'*habitus* come costruzione del mondo sociale, cioè lo spazio degli stili di vita.

statali, si infrange contro la spinta della globalizzazione economica, politica, ecologica, culturale, “biografica”. Società mondiale che è letta come nascita di possibilità differenti: di potere, di spazi di azione, di vita e di percezione del sociale che spezzano la concezione ortodossa di politica e società (Beck, 2009, p. 87). Nei mondi simbolici delle industrie culturali globali l’immaginazione di “vite possibili” può essere vista solo nella prospettiva di una società mondiale. Ciò che sognano gli uomini, aggiunge Beck (2009, pp. 88-89), ciò che vogliono essere, *le loro utopie quotidiane di felicità*, non rimangono più circoscritte in uno spazio geopolitico o all’interno delle identità culturali. Si pensi ad esempio ai senza dimora che vivono “tra i rifiuti come rifiuti” della società e rimangono legati all’industria culturale globale, allo stesso modo di come ne costituisce un collante la caduta del muro di Berlino e la censura che era stata imposta dal regime, risoltasi, in un nulla nell’eco mass mediatico delle televisioni. In tale contesto le pubblicità Occidentali, disprezzate solo dagli intellettuali, si sono tradotte in una promessa in cui consumo e libertà si sono fusi reciprocamente (Beck, 2009, p. 89). Di fatto per Beck si possono distinguere due concetti di cultura, non separabili ma complementari: una *cultura legata essenzialmente al territorio* per cui le conoscenze sono frutto di processi di apprendimento locali⁷⁰, e una *cultura al plurale* come un “software” universale umano, fusioni di culture in un processo di apprendimento translocale. Portando a riflettere in seno a quel mutamento che distanziandosi dalla prima modernità forgia una “modernità riflessiva”, una seconda modernità dove i “poveri e i ricchi non siedono più al comune tavolo (delle trattative) dello Stato-nazionale (Bauman, 2004)⁷¹. Ridefinendo una presa di coscienza da parte dell’opinione pubblica, consapevole ora del fatto che una serie di problemi possono essere affrontati solo a livello transnazionale, ad esempio: difesa dell’ambiente, lotta al riciclaggio e così via.

⁷⁰ La “difesa del luogo”, vista come condizione necessaria della sicurezza nel suo complesso è un esempio della limitazione delle libertà individuali, quando la sicurezza diviene una questione da risolvere a livello di comunità. Laddove lo Stato ha fallito riuscirà la comunità, la comunità locale, ci dice Bauman, la comunità “materiale”, fisicamente tangibile, una comunità impersonificata in un territorio abitato dai propri membri e da nessun altro (nessuno che “non faccia parte di noi”), a proiettare il senso di “sicurezza” che il mondo, nel suo complesso, cospirerebbe a distruggere. In tale contesto la cultura, avvisa ancora Bauman, diviene “sinonimo di fortezza assediata” in quell’idea di “tolleranza culturale”. Cfr. Z: Bauman, 2003, *Voglia di comunità*, Laterza, Bari-Roma.

⁷¹ Beck avvisa che l’intendere globalizzazioni al plurale, come “le”, comporta un effetto a catena per cui esistono *regionalismi sopranazionali e subnazionali*. Ne è esempio l’Unione Europea che, nata in risposta alle potenze economiche di Usa e Giappone, introduce la moneta unica Euro, una sorta di comune spazio valutario dove però sussistono necessità politico-amministrative oltre che di consenso in risposta alle decisioni prese. Così che se anche le culture e le nazioni continuano ad essere separati l’un con l’altro, Italia-Spagna-Francia-Germania e così via, vengono forzate all’interno e “costrette” ad unirsi facendo emergere ciò che era stato sommerso sino a questo momento: non esiste una Europa ma *molte Europe* intese come Europa delle nazioni, delle civiltazioni, delle regioni, dei cristianesimi e così via. Cfr. U. Beck, 2009, *Che cos’è la globalizzazione. Rischi e prospettive della società planetaria*, Carocci, Roma.

3.8 Etica del lavoro, estetica di consumo?

“La lontananza e l'irraggiungibilità della struttura sistemica, associata allo stato fluido, non strutturato, dello scenario prossimo e immediato della politica della vita, cambiano radicalmente tale condizione e impongono un ripensamento delle vecchie nozioni che ne caratterizzavano la descrizione” (Bauman, 2008). La liquefazione della società ci consegna quindi un risultato paradossale che consiste in un'organizzazione sociale che tanto più è fluida, tanto più produce un ordine sociale rigido⁷². La modernità è nata all'insegna della liquidità, per *“fondere i corpi solidi”*⁷³ ed emancipare l'individuo, attraverso la ragione, dai legami troppo rigidi della tradizione e delle consuetudini. In una società in cui i vecchi equilibri erano stati scardinati, la ragione si è emancipata dall'individuo in una dinamica ricorsiva, fine a se stessa; applicata all'economia ha contribuito alla sua emancipazione dai vincoli morali e politici. Quello che ne è emerso, è un sistema basato sulla razionalità strumentale e centrato sul primato dell'economia rispetto alle altre sfere del sociale.

A farne le spese è stata soprattutto la politica, quell'ambito della vita sociale, che ha la funzione di tradurre i bisogni e le aspirazioni dei singoli individui in obiettivi condivisi e pubblici. Sono entrati in crisi gli strumenti e le istituzioni di rappresentanza degli interessi dei cittadini e delle categorie del lavoro. Lo Stato, che da sempre è il soggetto principale dell'azione politica, è entrato in sofferenza e ha visto il suo ruolo ridimensionato. Le scelte politiche sono condannate all'impotenza nei confronti di un sistema globale che vede l'economia e la finanza disegnare gli equilibri e definire la gamma delle possibilità d'azione. A fianco della politica, l'altro elemento centrale ad essere entrato in crisi è il lavoro e la sua centralità nella società. Intorno al lavoro, alla sua organizzazione, alla posizione assunta dai soggetti nell'ambito della vita lavorativa, si è strutturata l'organizzazione sociale e si sono sviluppati i modelli culturali dominanti della modernità. La fiducia nel progresso, la scoperta di nuovi mezzi e le tecnologie che aumentano la capacità produttiva hanno rappresentato i tratti dominanti della società negli ultimi tre secoli. Il modello d'organizzazione fordista nell'ambito del lavoro ha segnato il punto culminante di un sistema basato sulla produzione e ha accompagnato lo sviluppo della società di massa nel ventesimo secolo. Intorno al lavoro si è organizzata la società in classi e si sono sviluppate le grandi narrazioni che volevano interpretare la società e le trasformazioni in atto. Lo stato sociale si è strutturato

⁷² Per quanto liberi e volatili possano essere i sottosistemi di quell'ordine, presi singolarmente o nel loro complesso, il modo in cui sono interrelati è rigido, privo di qualsiasi libertà di scelta. L'ordine complessivo delle cose non è aperto a opzioni; non è assolutamente chiaro quali tali opzioni possano essere e ancora meno chiaro è come concretizzare un'opzione presumibilmente praticabile nell'improbabile caso in cui la vita sociale sia in grado di concepirlo e crearlo. Cfr. Z. Bauman, 2008, *Modernità liquida*, Laterza, Roma Bari

⁷³ I liquidi, a differenza dei corpi solidi, non mantengono di norma una forma propria. I fluidi, per così dire, non fissano lo spazio e non legano il tempo. Laddove i corpi solidi hanno dimensioni spaziali ben definite ma neutralizzano l'impatto, del tempo, i fluidi non conservano mai a lungo la propria forma e sono sempre pronti a cambiarla; cosicché ciò che conta per essi è il flusso temporale più che lo spazio che si trovano a occupare e che in pratica occupano solo per un momento. Cfr. Z. Bauman, 2008, *Modernità liquida*, Laterza, Roma Bari

intorno alla famiglia patriarcale e alle classi sociali sotto la spinta delle grandi organizzazioni politiche di massa. Classe operaia, imprenditori, piccola e media borghesia, legati da un filo che ne determinava i ruoli e l'identità all'interno della società. Era attraverso il tipo di occupazione, che spesso accompagnava il soggetto per l'intero arco della propria esistenza, che l'individuo identificava se stesso, il proprio ruolo, la propria condizione e appartenenza sociale. Questa identificazione nel lavoro nei tempi attuali è sempre più difficile. Il lavoro cambia in continuazione, sempre più articolato in nuove tipologie e nuove professioni ed è quasi impossibile impegnarsi in un lavoro che impieghi tutto l'arco dell'esistenza o almeno un periodo sufficientemente lungo da potersi identificare in esso. Anche la divisione della società in classi è andata sfumando, e comunque non è più il lavoro a segnare l'appartenenza ad una determinata classe sociale. Si comincia da giovani con occupazioni sempre provvisorie e chissà quante se ne cambieranno durante la propria vita. La diversa articolazione del sistema produttivo ha ridimensionato la classe operaia e generato una molteplicità di lavori e professioni. Assieme al lavoro è cambiata la struttura familiare. Queste modificazioni si accompagnano ad un generale indebolimento del ruolo dello Stato, specificamente nella sua funzione d'assistenza e tutela dei soggetti più deboli: il *welfare-state*, una delle più grandi conquiste del ventesimo secolo. Il prodotto di questa trasformazione è una generale insicurezza, sia dal punto di vista dell'identità, venendo a mancare le basi solide per i processi d'identificazione, sia dal punto di vista dell'esistenza in senso più materiale, essendo il lavoro e l'esistenza quotidiana segnata dalla precarietà e dalla provvisorietà.

Un altro aspetto da tenere in considerazione ha a che fare con l'informazione, che se da una parte favorisce la conoscenza degli argomenti, dall'altra parte crea dei problemi nella gestione e nell'elaborazione dell'informazione stessa, in considerazione dell'enorme massa di dati che si riversano quotidianamente sulle persone. I mass-media, attraverso i nuovi mezzi di comunicazione e le nuove tecnologie trasmettono informazioni notizie in tempo reale, subito sostituiti da nuove informazioni. La capacità di elaborazione e di trasmissione dei dati produce un volume d'informazioni a disposizione dell'utente che non ha paragoni con il passato.⁷⁴ Le conseguenze sono di quantità e qualità. Dal punto di vista della quantità alle persone è richiesto uno sforzo per selezionare le informazioni utili o interessanti e "difendersi dal 99,99 percento delle informazioni che ci vengono offerte e di cui non abbiamo bisogno".(Eriksen, 2003). Il punto di vista della qualità presenta due aspetti che sono determinati dal venir meno di "filtri", in rapporto alla quantità d'informazioni veicolate dai media. Il primo aspetto è in riferimento alle fonti ed alla loro serietà e veridicità nel trattare gli argomenti. Il secondo aspetto concerne la capacità di analisi e valutazione delle informazioni. Nel momento in cui appare sul giornale, sul televisore o sul computer, una notizia è già superata, perché nell'attimo successivo subentra già una ulteriore notizia e così via. L'interpretazione dei fatti diventa difficile e così la loro sedimentazione

⁷⁴ Un solo numero domenicale del New York Times contiene più informazioni di quante ne poteva consumare un erudito del Settecento in tutta la sua vita. Cfr. I. Ramonet, 1999, *La tirannia della comunicazione*, Asterios, Trieste

come elementi integranti della cultura se non in modo temporaneo, e di conseguenza anche i codici culturali ai quali affidarsi cambiano continuamente. E' un mondo che scorre come un treno in corsa e del quale faticiamo a percepirne la direzione. Anche le grandi teorie che ci hanno accompagnato fino ad oggi ci aiutano solo in parte nella comprensione di una realtà in continua trasformazione.

L'individuo contemporaneo si ritrova senza punti di riferimento solidi, solo, nella ricerca del senso alla propria esistenza e nella ricerca di una propria identità. Più correttamente si dovrebbe parlare d'identità al plurale, dal momento che la maggior parte degli individui si ritrovano ad ricoprire differenti ruoli nell'arco della propria giornata e della propria esistenza. Tendendo ad assumerne più di una identità nel corso della propria vita. Ma forse è meglio non strutturarsi in modo troppo "solido" in un mondo che diventa sempre più "liquido". In un mondo in cui le certezze sono poche e dove il lavoro, la cultura, i costumi cambiano velocemente ed in continuazione. Principalmente perché un soggetto "solido" non può essere funzionale ad un sistema sempre più veloce, orientato alla "*deregulation*", che non vuole paletti sul proprio percorso, o smagliature nella propria rete. Tanto che le identità deboli e variabili in perfetto "*accoppiamento strutturale*" sono migliori con una società in continua trasformazione (Luhmann, 1996). *Ecco allora il mercato, col suo carattere erratico e volatile e la sua inesauribile inventiva, diventa il luogo ideale per superare tutte queste contraddizioni. I beni di consumo, durevoli o momentanei, non sono destinati, per definizione, a durare in eterno. Si usano e si gettano* (Bauman, 2004a). E' quello che serve per affrontare le sfide della vita contemporanea, nella sua richiesta di identità variabili e multiformi, come appunto una gamma di articoli intercambiabili, sostituibili, destinati a non durare a lungo, che si possono trovare in un negozio.

Nella società industriale il consumo era legato alla necessità di soddisfare dei bisogni. Nella società contemporanea l'offerta di prodotti è vasta e cambia così velocemente, che si può dire esaurita la soddisfazione del bisogno. Soprattutto dal momento in cui si consuma un prodotto se ne rendono già disponibili altri sul mercato e si determinano altri bisogni da soddisfare in un meccanismo che si ripete all'infinito. Il momento saliente non è più il consumo come soddisfacimento del bisogno, ma il desiderio che precede il consumo e che si esaurisce e si rinnova continuamente nell'atto del consumo. Anche il desiderio non è più sufficiente a mantenere il consumo dei prodotti ad un livello adeguato, serve qualcosa di più versatile, di più immediato. Ecco allora il capriccio, l'acquisto spontaneo, casuale, imprevedibile che porta il piacere alla massima e immediata soddisfazione.

L'acquisto ed il consumo di un prodotto non sono più legati oggi al bisogno di quel prodotto. Nell'acquisto di un prodotto dato dalla necessità, si guarda alle caratteristiche intrinseche del prodotto, alla sua qualità, alla sua capacità di garantire la funzione per cui è stato acquistato e per quanto tempo e di conseguenza anche alla sua durata. Quindi è importante il modo in cui è stato prodotto, la qualità del lavoro in esso contenuta. Nella società attuale l'acquisto o il consumo di un prodotto hanno lo scopo di produrre emozioni, sensazioni

piacevoli. Il consumo spesso non è una necessità impellente se non nella misura in cui esso rappresenta un'occasione da non perdere. I mass-media giocano un ruolo fondamentale nel proporre sempre nuovi modelli da imitare o nuovi prodotti da acquistare. Il consumatore è come un corridore che corre senza sapere di preciso quale siano le mete da raggiungere. La sua corsa è lo *shopping*, che rappresenta l'archetipo di una società di consumatori (Bauman, 2008). Il consumo deve apparire come un diritto di cui godere, non come un dovere imposto. E i consumatori devono essere guidati da interessi estetici, non già da norme morali.

“Il fattore d'integrazione della società, che spesso la salva dalla crisi, è dunque oggi l'estetica, che premia l'esperienza sublime, non l'etica, che accorda un valore supremo al lavoro ben fatto.” (Bauman, 2004a). Il consumo ha quindi sostituito il lavoro quale nesso tra le motivazioni individuali dei soggetti, l'integrazione sociale e la riproduzione del sistema. Nella società attuale per le persone è diventato sempre più difficile esprimere se stessi e trovare soddisfazione nelle proprie azioni. Come abbiamo visto il lavoro cambia continuamente, si vive per molti anni, soprattutto quando si è giovani, sul filo della precarietà; inoltre il mondo del lavoro è sempre più soggetto ad una concorrenza sfrenata, in tutti i settori. Anche l'azione politica si scontra contro un sistema nello stesso tempo potente e inafferrabile. La liquidità della società condiziona anche i rapporti personali, perché per costruire dei rapporti seri, solidali, basati su una buona dose di fiducia, serve un vissuto fatto di esperienze forti, solide. Il consumo permette all'individuo d'esprimere la propria soggettività, le proprie passioni, la propria conformità o il proprio dissenso. Nel consumo trovano soddisfazione gli infiniti interessi e desideri delle persone, continuamente sollecitati dai mass-media, attraverso la vasta gamma di prodotti e possibilità disponibili sul mercato. Nel rito dello *shopping*, che si consuma nei negozi e nelle grandi “cattedrali del consumo” (Ritzer, 2008), gli individui si immergono in un bagno di folla che li fa partecipi del trascorrere della vita sociale. Così come attraverso le tecnologie, i social network di ultima generazione si inseriscono in una rete di relazioni potenzialmente globali. Attraverso il consumo l'individuo si identifica nei modelli culturali e contribuisce alla loro formazione. Nella corsa allo *shopping* si soddisfano i desideri e si vivono le emozioni, si soffrono le delusioni e si patiscono le rinunce. Nel consumo si determinano le gerarchie sociali, si evidenziano le differenze tra chi ha i mezzi per partecipare alla corsa e chi no. Nel rito del consumo si genera e rigenera la società. Il consumo ha quindi una funzione fondamentale nella riproduzione del sistema sociale, soprattutto in considerazione del fatto che dietro ogni atto di consumo si cela un aspetto economico importantissimo per il sistema produttivo. Il successo del sistema economico, fondato sulla crescita del P.I.L.⁷⁵, qualcosa che solo un adeguato livello di consumo può garantire, fa sì che il consumo rivesta un ruolo fondamentale nella riproduzione del sistema.

⁷⁵ Il Prodotto Interno Lordo è una grandezza aggregata che esprime il valore complessivo dei beni e servizi finali prodotti all'interno di un sistema economico in un certo intervallo di tempo. Nel giugno 2010, in un discorso all'università della Carolina del Sud, il presidente della Federal Reserve Ben Bernanke nel parlare del Pil come indicatore importante per valutare il benessere di un Paese, ha deciso di parlare dell'economia della felicità. Dato che siamo ancora nel bel mezzo della crisi economica più grave

Per tutte queste motivazioni il consumo rappresenta un punto di vista importante attraverso il quale osservare le trasformazioni in atto, per comprendere la società. Più specificamente, l'analisi di alcuni tipi di consumo, ci permette di cogliere delle tendenze importanti, che sono conseguenti al rapporto dell'individuo con un sistema che tanto più gli lascia libertà di comportamento, tanto più gli nega delle possibilità di cambiamento.

Il consumo sostenibile, che si rapporta strettamente con la scelta di un determinato stile di vita, rappresenta un angolo d'osservazione privilegiato perché permette di cogliere una serie di segnali significativi su vari aspetti. Innanzitutto sul rapporto dell'individuo con se stesso, attraverso la cura che impegna nella tutela della propria persona e in particolare della propria salute fisica e mentale. Un altro aspetto concerne il rapporto dell'individuo con gli altri membri della società, nella ricerca non solo di uno stile di vita più sano, ma anche di rapporti umani più sani, improntati sulla naturalezza ed alla genuinità. Inoltre il consumo sostenibile ci dice molto sul rapporto con l'ambiente in cui vive, non solo perché da esso dipendono le condizioni materiali della nostra esistenza, ma anche perché in esso l'individuo aspira ad una vita piacevole e sana.

3.9 Il consumo sostenibile e il concetto di sostenibilità

Nell'orientamento delle scelte e nel comportamento di consumo sostenibile si viene a delineare uno specifico rapporto tra l'individuo e l'ambiente in cui vive, inteso questo come ambiente naturale e come modello d'organizzazione socio-economico, ed inoltre descrive le aspettative del soggetto riguardo al futuro. La sostenibilità riguarda la capacità di un sistema di mantenere un equilibrio nel tempo, soddisfacendo le esigenze del presente senza compromettere la possibilità di soddisfare quelle che si presenteranno nel futuro, garantendo in questo modo la durata e la possibilità di vita del sistema stesso. La sostenibilità, come problema in rapporto al sistema produttivo, acquista rilievo internazionale nel 1987 con il Rapporto Brundtland, dal nome dell'allora Primo Ministro norvegese presidente della commissione ambiente e

degli ultimi cinquant'anni, potrebbe sembrare una scelta frivola. In realtà Bernanke rientra in una corrente sempre più nutrita di professori, politici e imprenditori che stanno cominciando a prendere sul serio quello che i sondaggi mostrano sistematicamente: alla gente interessa soprattutto essere felice, anche se poi ognuno lo intende a suo modo. Il denaro non fa la felicità e neanche il consumo. Il primo paese che ha deciso di cambiare la sua unità di misura del progresso sostituendo il calcolo del prodotto interno lordo con l'indice di felicità nazionale lorda è il Bhutan. Proposto nel 1972 dal re Jigme Singye Wangchuk, l'indice è diventato il parametro di sviluppo multidimensionale del paese, che combina tra loro quattro obiettivi: uno sviluppo economico equo e sostenibile in cui la crescita si traduca in benefici sociali per i cittadini, la conservazione dell'ambiente naturale, la difesa e la promozione dell'identità culturale butanese, un buon governo che garantisca la stabilità istituzionale e sociale da cui dipende l'armonia della vita quotidiana. L'indice nazionale di felicità si basa su alcuni principi buddisti radicati nella cultura del Bhutan, ma la sua applicazione può essere estesa a qualunque paese o regione che scelga l'armonia come principio di organizzazione sociale.

sviluppo delle Nazioni Unite, in cui si definisce la cornice di sviluppo sostenibile: *“lo sviluppo è sostenibile se soddisfa i bisogni delle generazioni presenti senza compromettere le possibilità per le generazioni future di soddisfare i propri bisogni”*.⁷⁶ Il tema della sostenibilità entra a pieno titolo nell’agenda delle istituzioni e dei governi, già scottati dalla crisi petrolifera che negli anni settanta ha investito le economie dei paesi più industrializzati. Lo sviluppo responsabile/sostenibile si pone l’obiettivo di mantenere la crescita economica all’interno di parametri di sostenibilità. La responsabilità/sostenibilità fa riferimento a differenti aspetti tra loro legati e che sono esposti in questo capitolo come i rischi della società planetaria quali l’ambiente, l’economia, la società e le istituzioni.

L’ambiente rappresenta il punto di vista principale attraverso il quale viene affrontato il tema della sostenibilità, è quello che emerge principalmente nei dibattiti e nella pubblicistica in ragione del fatto che il grado di salute dell’ambiente ha conseguenze dirette sulla nostra vita o su quella delle generazioni future. Inoltre l’aspetto ambientale è strettamente legato a quello economico dal momento che il sistema produttivo necessita di risorse naturali per poter funzionare. Il problema della responsabilità/sostenibilità ambientale è emerso in modo rilevante negli ultimi anni per i danni che si stanno producendo nei confronti dell’ambiente in conseguenza dell’affermarsi di un modello di sviluppo economico, basato sulla crescita continua della produzione e del consumo che rischia di compromettere l’equilibrio dell’eco-sistema. Con il rapporto Brundtland i Paesi scoprirono di non vivere in ambiti riservati piuttosto soggetti alle azioni intraprese da altri. Da qui l’emergere di una nuova categoria di problemi: le “questioni globali”. Si sviluppa la consapevolezza della necessità di un corretto rapporto tra crescita economica e ambiente. Inoltre, precedentemente, la crisi petrolifera degli anni settanta aveva mostrato ai governi *“che la crescita continuata non dipendeva solo dalla formazione del capitale o della mano d’opera qualificata, ma anche dalla disponibilità a lungo termine delle risorse naturali”*.⁷⁷ Tra i temi messi in primo piano in tal senso vi sono quelli sulle fonti d’energia che rappresentano, nel vero senso della parola, il combustibile per il nostro sistema produttivo, indispensabili per fare funzionare le fabbriche nonché per i molteplici utilizzi nella vita quotidiana, dall’auto al riscaldamento, dall’energia elettrica alle confezioni dei prodotti e così via, in tutti i settori della produzione e del consumo. Le principali fonti d’energia sono costituite dai combustibili fossili: petrolio, carbone, gas naturali, che insieme rappresentano circa l’ottanta per cento delle fonti di energia utilizzate. I combustibili fossili, insieme alle biomasse ed alla legna da ardere che rappresentano un altro dieci per cento nel totale dell’utilizzo, sono fonti d’energia primarie, cioè direttamente presenti in natura. L’energia elettrica largamente utilizzata nell’uso quotidiano per la sua facilità nel trasporto e nell’utilizzo rappresenta una fonte d’energia secondaria; la sua produzione, però, avviene principalmente attraverso l’utilizzo di combustibili fossili e questo, di fatto, la ricollega direttamente alle fonti d’energia primarie. Il problema legato a questo tipo di fonti sta nel rapporto tra il loro utilizzo ed il tempo necessario

⁷⁶ Cfr. E. Tiezzi, N. Marchettini, (1999), *Che cos’è lo sviluppo sostenibile?*, Donzelli, Roma

⁷⁷ Cfr. W. Sachs, (2004), *Dizionario dello sviluppo*, EGEA Editore, Torino

perché si riproducano. Tanto che mentre i combustibili fossili hanno impiegato milioni di anni per costituirsi, noi li stiamo consumando ad un ritmo frenetico. Si valuta che le riserve di carbone possano soddisfare le richieste energetiche per i prossimi cento anni, mentre per il petrolio tale capacità scende a circa quarant'anni. Si deve inoltre considerare che il sistema economico mondiale è in rapida evoluzione e che lo sviluppo industriale di Paesi di grandi dimensioni quali India, Cina e Brasile concorreranno ad aumentare la richiesta verso tali fonti d'energia. Tanto che con molta probabilità il problema annesso all'esaurimento delle riserve primarie sarà di grande importanza nei prossimi anni. Per ora, l'alternativa che si è trovata negli ultimi anni ai combustibili fossili è stata l'energia nucleare. La fissione nucleare sta alla base di tutte le energie presenti nell'universo. Una piccola quantità di massa è in grado di produrre enormi quantità di energia e anche se l'uranio, il minerale utilizzato per la fissione nucleare, è presente in natura in quantità minore rispetto ai combustibili fossili, la quantità necessaria alla produzione d'energia è minore rispetto a quella richiesta da quest'ultimi. Questo aspetto presenta quindi dei vantaggi in quanto sono minori sia la quantità di materiali da trasportare che la quantità di rifiuti prodotti. Il maggiore vantaggio però nell'utilizzo di questo tipo d'energia, consiste nel fatto che la fissione nucleare non produce anidride carbonica e non inquina l'atmosfera. Di contro però, nonostante che i rifiuti prodotti dalle centrali siano maggiormente contenuti, è accertato che essi sono particolarmente pericolosi. I prodotti della reazione della fissione sono altamente radioattivi e devono essere trattati con tecniche particolari sia in fase di trattamento e trasporto che in fase di collocazione, in siti geologici profondi e protetti. Inoltre le centrali nucleari sono sotto la luce di critiche da parte dell'opinione pubblica sulla loro sicurezza; soprattutto dopo i recenti episodi come nel caso del reattore di Fukushima dove la commistione di errori umani sommati alle catastrofi naturali che hanno dato luogo a ripetuti terremoti causa dello sfaldamento del terreno ove si collocava la centrale nucleare e che ha dato luogo alla fusione del nocciolo del reattore nucleare provocando la fuoriuscita di materiale radioattivo altamente inquinante e nocivo per la salute degli esseri viventi. Causando migliaia di morti e con molta probabilità danni ancora non calcolabili. Non di minor importanza è il problema ambientale che si lega principalmente all'uso di combustibili fossili: l'inquinamento. Problema sentito soprattutto nelle grandi città, dove si concentrano il maggior numero di mezzi di trasporto che contribuiscono all'innalzamento dei valori di gas inquinanti e polveri sottili, ancora una volta, altamente nocivi per la salute degli esseri viventi. A questi aspetti si somma il pericolo causato dalla continua e crescente combustione di fonti fossili a scopo energetico, in tutti gli ambiti del sistema produttivo, accompagnato da una progressiva deforestazione ha determinato un aumento dei gas serra nell'atmosfera con conseguente innalzamento della temperatura del pianeta e mutamenti delle condizioni climatiche. La ricerca di una soluzione a questi problemi, ancora lontana da venire, sta comunque portando a sviluppare fonti d'energia alternative; fonti rinnovabili il cui utilizzo non comprometta le risorse per un utilizzo futuro; energie pulite che riducano l'inquinamento e non costituiscano un problema per la salute delle persone e del pianeta. Appartengono a questa categoria l'energia geotermica generata per mezzo di fonti geologiche di calore, quella eolica che sfrutta la forza del

vento, quella idroelettrica che sfrutta il movimento dell'acqua e quella solare. Siamo ancora in fase di ricerca. La speranza è nello sviluppo di nuove tecniche in grado di aumentare il livello di energia prodotta e quindi di rendere più conveniente di adesso l'utilizzo di queste fonti di energia.

Una soluzione solo parziale che si accompagna ai rischi per l'ambiente, in cui non di meno si ritrovano i rischi legati allo *smaltimento dei rifiuti*. Nella società dei consumi in cui viviamo abbiamo tutto a nostra disposizione. Negli scaffali dei supermercati possiamo trovare ogni tipo di prodotto. Facendo riferimento nello specifico a prodotti alimentari ne troviamo di ogni genere e provenienza indipendentemente dalla stagionalità. Tutti o quasi i prodotti di qualsiasi genere sono rigorosamente confezionati. La confezione, in effetti, salvaguarda il prodotto che in un sistema produttivo e distributivo globale come il nostro si trova a percorrere grandi distanze prima di arrivare nello scaffale del negozio. L'aspetto negativo è che ci troviamo quotidianamente quantità sempre maggiori di rifiuti da smaltire che devono trovare una loro collocazione. Il riciclo dei materiali di scarto appare la soluzione migliore al momento che permette, da una parte, lo smaltimento dei rifiuti e dall'altra, il recupero e il riutilizzo dei materiali riciclati alleggerendo in tal modo lo sfruttamento delle risorse naturali con cui tali materiali vengono prodotti. I rifiuti possono così trasformarsi da problema a risorsa (Tiezzi, Marchettini, 1999). La raccolta differenziata, presupposto necessario per il recupero dei materiali di scarto, è però lontana dal raggiungimento degli obiettivi che le amministrazioni locali si sono prefisse. Per quanto esempi virtuosi in tal senso sono iniziati in piccoli paesi del Sud, del centro e del Nord dell'Italia, agevolando la popolazione più anziana la raccolta a domicilio.

La sostenibilità ambientale si compone dunque su vari aspetti: da una parte l'eccessivo sfruttamento delle risorse naturali che non consente a quest'ultime di rigenerarsi e mettendo in crisi la possibilità del sistema economico di mantenere gli attuali *standard* produttivi; di contro gli *standard* di produzione e di consumo sono tali da generare una quantità di rifiuti e materiali di scarto difficili da smaltire; come scrive Daly: "*ci sono due ovvi principi di sviluppo sostenibile. Il primo è che la velocità del prelievo dovrebbe essere pari alla velocità di rigenerazione. Il secondo, che la velocità di produzione dei rifiuti dovrebbe essere uguale alla capacità naturali di assorbimento da parte degli ecosistemi in cui i rifiuti vengono emessi.*"⁷⁸ Percui smaltimento dei rifiuti, reperibilità delle fonti di energia, inquinamento prodotto dalle industrie e dai mezzi di trasporto, soprattutto nelle grandi città, mettono a rischio la salute delle persone e alterano l'atmosfera del pianeta, destabilizzando l'ambiente. Un rischio per la qualità della vita delle generazioni future.

Il tema ambientale cui abbiamo appena accennato è strettamente legato a quello *economico*. I problemi di sostenibilità ambientale infatti, nascono da un tipo di sistema economico che dal momento del suo iniziale sviluppo, coincidente con la prima rivoluzione industriale, ha continuamente aumentato i propri livelli di produzione e di consumo. Nel sistema economico moderno è

⁷⁸ Cfr. H. E. Daly, (1991), *Economia ecologica e sviluppo sostenibile*, in Oikos, 1991-4

fondamentale il concetto di crescita economica, che si misura attraverso l'incremento del Prodotto Interno Lordo. L'iniziativa nell'ambito di un'impresa economica consiste nell'organizzazione dei vari fattori produttivi allo scopo di produrre o vendere beni o servizi. L'attività dell'impresa genera un *surplus*, un reddito, che può essere speso oppure reinvestito nell'impresa o in altre iniziative economiche in grado di generare altro reddito. Si tratta di un meccanismo di accumulazione-investimento-accumulazione su cui si fonda il sistema economico capitalista, basato appunto sulla continua crescita economica. La concorrenza tra le imprese per conquistare quote di mercato associata all'esigenza di produrre *surplus* ha portato nel tempo ad una riorganizzazione dei fattori produttivi al fine di ridurre i costi di produzione, soprattutto per l'inserimento continuo di nuove tecnologie. Contemporaneamente si è assistito ad un'estensione della gamma dei prodotti e dei servizi offerti e ad un miglioramento della loro qualità. Operazioni di *marketing* hanno accompagnato la dilatazione della domanda, in grado di sostenere la grande offerta di prodotti generata dal sistema industriale. Tutto ciò ha portato ad una progressiva espansione dei consumi. La crescita economica ha portato con sé un miglioramento generalizzato del tenore di vita delle persone. L'aumento della produzione ha permesso la soddisfazione di bisogni primari quali l'alimentazione, il vestiario, l'abitazione, e contribuito al miglioramento delle condizioni generali di salute. La possibilità di nuovi guadagni spinge gli individui e le imprese a ricercare sempre nuovi spazi di consumo, nuovi bisogni da soddisfare. L'ampliamento della gamma dei prodotti e servizi offerti si è accompagnata ad una specializzazione nei vari settori, con conseguente miglioramento della qualità a bassi costi. Questa offerta, se da una parte rappresenta una grande possibilità per chi vi può accedere, dall'altra rappresenta un costo per chi ne è escluso. Se infatti nel mondo globalizzato tutti concorrono a vari livelli alla produzione di questa enorme torta, il modo in cui questa è ripartita lascia aperte alcune domande tra le quali una precisa: se sia vero che la crescita economica rappresenti più benessere per tutti? La ripartizione della torta prevede delle fette grandi e delle altre molto piccole. Vi sono dei costi imputabili a questo modello di sviluppo, che non sono sufficientemente considerati, perché esulano dalle valutazioni economico-monetarie tipiche del sistema economico e che influenzano anche la sfera politico-istituzionale. Così che accanto ai problemi di tipo ambientale si affiancano quelli legati a costi, non solo ambientali, ma anche sociali. Costi questi ultimi sostenuti da grandi aree del pianeta e dalle popolazioni che le abitano.

Di fatto la continua espansione del sistema economico ha dato il via a *problematiche sociali*, visibili sotto tre punti di vista. In primo luogo il sistema capitalista si è affermato, forte della propria potenza economica il più delle volte sostenuta da quella militare, su altri sistemi meno efficienti dal punto di vista economico. Ciò ha comportato in molti casi il disfacimento di forme di organizzazione economica e sociale e la loro riorganizzazione in funzione degli interessi del sistema economico dominante e più specificamente dei suoi principali attori, le grandi imprese multinazionali. Come sostiene ancora Shiva (2006), scienziata e ambientalista impegnata nella lotta per uno sviluppo

sostenibile, la globalizzazione economica si configura come una nuova forma di *enclosures of the commons*, la recinzione delle terre comuni britanniche, come una privatizzazione imposta attraverso atti di violenza e dislocazioni forzate. Anziché generare abbondanza, questa privatizzazione subordinata al profitto produce nuove esclusioni, nuove espulsioni e maggiore povertà. Non solo, ma trasformando in merce ogni risorsa e forma di vita, essa depriva anche i popoli e le specie viventi dei loro fondamentali diritti in termini di spazio ecologico, culturale, economico e politico.

L'inserimento, poi, delle grandi imprese multinazionali all'interno delle economie del terzo e quarto mondo ha significato *l'occupazione di intere zone agricole* all'interno delle nazioni e la loro destinazione ad una agricoltura di tipo industriale. Questo ha significato quasi sempre la trasformazione delle colture preesistenti verso forme di monocultura in funzione degli interessi delle imprese. La selezione dei tipi di piante e di sementi più resistenti ha comportato un impoverimento delle biodiversità che invece rappresentavano una ricchezza per l'ecosistema. Inoltre, in molti casi, questo fenomeno si è accompagnato con il brevetto, da parte delle imprese, di tipi di sementi non rinnovabili, cioè valide per un solo raccolto, perché modificati geneticamente, aumentando la dipendenza delle popolazioni locali dalle imprese (Shiva, 2006). La condizione di subordinazione e dipendenza economica ha prodotto forme di sfruttamento delle popolazioni locali, private dei loro tradizionali mezzi di sostentamento, orfane dei loro sistemi d'organizzazione economica, ridotte a forza lavoro disponibile per le grandi imprese multinazionali. La delocalizzazione avvenuta a livello globale dei processi produttivi ad opera dei paesi più industrializzati, ha trovato così grande disponibilità di mano d'opera a basso costo e questo spiega la riduzione del prezzo di tanti beni presenti sul mercato. Il costo sociale sostenuto da tante zone del pianeta è però impressionante e si traduce nello sfruttamento delle persone e nell'annientamento di forme di organizzazione socio-economiche e culturali.

Come per l'ambiente così per la *cultura*, la diversità rappresenta una ricchezza, perché tutte le culture contribuiscono, nella loro particolarità, all'arricchimento generale. Le culture sono le nostre idee, i nostri valori, ciò che mangiamo, come ci vestiamo, il modo in cui parliamo, la nostra lingua. Ogni cultura nella sue differenze rappresenta una ricchezza per le altre, uno stimolo, un suggerimento. Le culture vanno quindi valorizzate all'interno di un percorso comune condiviso, in una condizione di apertura verso gli altri. La chiusura e la prevaricazione aprono la strada ai fondamentalismi ed allo scontro. Tra culture di vita e di morte: *Le culture di morte si autodistruggono, mentre le loro identità negative innescano nuove forme di violenza. Le culture che valorizzano la vita si fondano sul binomio di identità locali e universali traducendosi in forme di comportamento pacifiche, vitali, costruttive e in grado di riprodursi nel tempo* (Shiva, 2006).

Le organizzazioni e le *istituzioni politiche* che operano a livello internazionale, troppo spesso hanno agito in modo subordinato al sistema economico, assecondando più gli interessi delle grandi imprese che quelli delle nazioni sfruttate. La responsabilità o sostenibilità rappresenta un aspetto di tipo

politico-istituzionale, riferibile all'incapacità da parte delle istituzioni di garantire livelli minimi di democrazia, non solo dal punto di vista formale ma anche sostanziale, necessari alla salvaguardia dei diritti delle persone ed a garantire loro un tenore di vita sufficientemente adeguato. In conseguenza di ciò si può sostenere che il sistema capitalistico non ha completamente vinto la propria scommessa perché se da una parte è riuscito a migliorare le condizioni di vita per molte persone, dall'altra non è riuscito a garantire a tutti un adeguato livello di reddito e con esso la garanzia di poter vivere una vita decente. Sulla scia di questo ragionamento, un contributo originale in merito all'imposizione dei limiti sociali e dello sviluppo è offerto dall'economista Fred Hirsch (2001), interessato ad indagare i limiti sociali insiti nel sistema economico classico basato sulla crescita economica. Come già accennato nei paragrafi precedenti, la scienza economica classica, a partire da Adam Smith (1973), ha sempre considerato la crescita economica un fattore di benessere. La ricchezza di un paese non dipende tanto dalla quantità di moneta o dalle risorse naturali posseduti, quanto dalla sua capacità di produzione. Per questo tanta importanza viene attribuita al Prodotto interno Lordo (Pil). L'iniziativa è lasciata al singolo soggetto e dall'insieme delle iniziative individuali si determina un benessere complessivo, per tutti. Questo è vero fino a quando ci troviamo nella necessità di soddisfare bisogni primari; tanto più c'è roba da mangiare o da vestire, tanto più ci saranno le condizioni per migliorare la vita delle persone. Il discorso diventa più ambiguo quando superiamo questa condizione ed entrano in gioco altre tipologie di beni e di consumo e la motivazione individuale tende ad intrecciarsi con il *benessere collettivo*.

Man mano che la domanda di beni privati viene soddisfatta, diventa sempre più attiva la domanda di beni e servizi che hanno un carattere pubblico (sociale). Questa domanda si fa sentire attraverso richieste individuali, al sistema politico o attraverso il meccanismo di mercato esattamente come avviene per la domanda di beni puramente privata (Hirsch, 2001). Quando un soggetto privato acquista un bene o compie una qualsiasi azione di consumo, il suo comportamento influenza la condizione degli altri soggetti consumatori; così come il suo godimento del bene è influenzato dalle azioni degli altri soggetti. L'esempio più evidente è quello dell'auto, il cui utilizzo da parte di tutti ne limita la godibilità e ci costringe ad ingorghi e file interminabili respirando aria inquinata. Il consumo quindi incontra dei limiti, non solo dal punto di vista ambientale, ma anche dal punto di vista sociale. *Più precisamente il limite viene imposto non dal prodotto o dal servizio presi in sé, ma dalle condizioni d'uso circostanti* (Hirsch, 2001). La teoria economica dell'azione individuale che porta al bene collettivo viene quindi smontata. Quello che si determina è una frattura tra le occasioni individuali e sociali. Un altro esempio ci viene dall'istruzione. Se il titolo di studio comporta un migliore impiego professionale tutti concorreranno per acquisirlo. *Nella sua azione individuale ogni persona cerca di ottenere il meglio dalla propria posizione. Ma la soddisfazione di queste preferenze individuali altera di per sé la situazione in cui vengono a trovarsi gli altri che cercano di soddisfare bisogni simili* (Hirsch, 2001). Infondo tutti individualmente cerchiamo di soddisfare al meglio quelli che riteniamo essere dei bisogni imprescindibili, che nella moltitudine di altri si trasforma nella necessità

transitoria ad esempio di vedere, nel caso di un concerto, al meglio la *performance*. A tale scopo, il più delle volte, tutti si alzano ma in fin dei conti nessuno vede bene tranne chi soggiorna tra le prime file che difficilmente rinunceranno alla propria posizione. Difendendola da quanti tentano di prevaricare cercando un posto in prima fila. In tal senso anche nel caso della crescita economica si assiste all'intensificarsi di lotte sociali tra i livelli più alti della scala sociale al fine di produrre gerarchie sociali. Se in termini assoluti la situazione migliora, in termini relativi la soddisfazione è poca; appena scalato un gradino se ne presentano già dei successivi e i tentativi di migliorare la propria condizione sociale risultano frustrati. Su tale piano Hirsch offre un punto di vista interessante per l'argomento preso in esame, il consumo sostenibile, alla luce del fatto che esso, pur essendo un'azione individuale, esprime nelle scelte e nei comportamenti, delle valenze di tipo ambientale, sociale, etico e politico, acquista una rilevanza pubblica. L'azione del consumatore privato si pone come fattore critico del sistema economico, privilegiando la qualità sulla quantità, quindi implicitamente, il modello di sviluppo basato sulla crescita economica. Hirsch vede una frattura tra le occasioni individuali e le loro conseguenze sociali; il consumo sostenibile si pone nel punto di frattura, come azione individuale ma non in contrapposizione col sociale, privilegiando aspetti qualitativi che non compromettono il risultato collettivo.

La sostenibilità consiste di differenti aspetti. L'aspetto ambientale, relativamente alle fonti d'energia, all'inquinamento, allo smaltimento dei materiali di scarto, alla biodiversità. L'aspetto sociale, con riferimento ai limiti derivanti dall'organizzazione sociale evidenziati da Hirsch e con riferimento ai costi sociali conseguenti all'annientamento di culture e modelli di organizzazione, accompagnate a forme di sfruttamento delle popolazioni. L'aspetto politico-istituzionale, riferibile all'incapacità delle istituzioni di garantire ai cittadini la tutela dei propri diritti. L'aspetto economico, il cui limite consiste nell'incapacità di distribuire a tutti un reddito utile ad un livello di vita decente, a dispetto di una crescita economica continua. Questi differenti aspetti sono in relazione tra di loro. Più precisamente i problemi inerenti la sostenibilità esprimono il rapporto tra economia, l'ambiente, società e istituzioni. Il variare di questi ultimi, al mutare dei processi economici; si esprimono come (in)capacità di sostenere modificazioni subordinate alla crescita economica. Così tanto più crescono i volumi di produzione e consumo, tanto più si evidenziano problemi in ordine alla sostenibilità. Su questo rapporto si può agire in diversi modi al fine di modificarne gli equilibri. Si possono ridurre le aspettative di tipo ambientale e sociale, com'è stato fatto finora, stabilendo dei protocolli d'intesa a livello internazionale. Anche se poi diversi sono stati disattesi. Oppure, come i sostenitori della teoria della decrescita risuonano, si possono ridurre le aspettative di crescita economica, limitando i consumi e la produzione. Il sistema economico è attualmente il sistema dominante in grado di influenzare e condizionare la politica, la società, la cultura. Sviluppo sostenibile, in seno ad una responsabilità individuale che investe ciascuno nel suo vivere quotidiano, delineato anche nel Rapporto Brundtland, si esprime nell'impegno di mantenere gli obiettivi di crescita economica senza che questi concorrano al deterioramento dell'ambiente e delle condizioni di vita delle persone.

Nella liquidità dei rapporti e dei ruoli (Bauman, 2008), il consumatore nella sua veste di cittadino/consumatore responsabile compie scelte e adotta comportamenti di consumo ispirati da criteri di sostenibilità. Una modernità liquida e leggera in cui l'individuo si muove libero nella fluidità dell'esistenza e sperimenta il diritto all'autoaffermazione pur nel suo delinarsi nello spettro dell'incertezza⁷⁹. Freud sosteneva che nelle società moderne il processo di acculturazione e di civilizzazione costringe gli uomini ad apprezzare i valori della bellezza, dell'armonia, della pulizia e dell'ordine. Il consumatore responsabile e sostenibile nell'atto di acquisto, cosciente della possibilità di un consumo critico, ricerca prodotti che abbiano un reale utilizzo, stando attento al ciclo di uso che raggiunge l'apice nel suo essere smaltito. Si acquista un prodotto alimentare biologico, un cosmetico naturale o un'erba medicinale, perché questi tipi di prodotti non hanno subito trattamenti con agenti chimici nocivi e perché per la loro produzione sono stati utilizzati procedimenti naturali, in armonia con l'ambiente, in grado di garantire l'equilibrio dell'ecosistema. Si contribuisce alla sostenibilità anche attraverso l'utilizzo di energie pulite; l'applicazione dei pannelli fotovoltaici per sfruttare l'energia solare nella produzione di quella elettrica; l'acquisto di auto elettriche oppure l'utilizzo della bicicletta. Sono alcuni esempi di scelte e comportamenti per combattere l'inquinamento. La raccolta differenziata favorisce lo smaltimento ed il riciclo dei materiali di scarto. L'acquisto di un prodotto equo e solidale esprime un'attenzione non solo sulla qualità del prodotto in sé, ma anche sul percorso seguito nella produzione, sui livelli di sfruttamento contenuti nel prodotto finale: mano d'opera sottopagata, condizioni di lavoro disumane, utilizzo dei bambini nella produzione, sono solo alcuni esempi. Un prodotto equo e solidale contiene in sé un valore aggiunto di tipo sociale perché favorisce, attraverso il contributo economico dell'acquisto, il mantenimento di modi e stili di produzione, modelli di organizzazione sociale e culturale che altrimenti sarebbero annientati dalla concorrenza dell'agricoltura industriale, la cui affermazione è spesso accompagnata da fenomeni di sfruttamento delle persone.

Il consumo sostenibile esprime una scelta di qualità. Nella scelta del prodotto biologico, naturale, c'è l'attenzione alla qualità del prodotto, alla sua genuinità, c'è la tutela della propria salute; ma non solo questo. Il consumo sostenibile esprime valori che vanno oltre la tutela e la difesa dell'ambiente e delle condizioni di vita delle persone. Nella scelta e nei comportamenti di consumo c'è la ricerca della qualità, non solo in riferimento alle qualità intrinseche del prodotto, alla sua genuinità, ma in riferimento alle modalità di fruizione del prodotto stesso. La scelta di strutture localistiche al posto delle

⁷⁹ La fluidità rappresenta per Bauman (2008) la principale metafora dell'attuale fase dell'epoca moderna. Differentemente dai corpi solidi, i liquidi (che sono una varietà di fluidi, non mantengono una forma propria), non fissano lo spazio e non legano il tempo. Non conservano mai a lungo la propria forma e sono sempre inclini a cambiarla. Quello che conta è il flusso temporale, più che lo spazio che si trovano ad occupare e che solitamente occupano solo per un breve momento. Il tempo gioca un ruolo fondamentale nel concetto di fluidità. Se nella descrizione dei corpi solidi il tempo è un elemento insignificante, che si può ignorare, per quanto riguarda i fluidi non è così. "la descrizione dei fluidi sono tutte istantanee sul cui retro occorre apporre la data". E' lo scorrere del tempo che, nei fluidi sono tutte istantanee sul cui retro occorre apporre la data. E' lo scorrere del tempo, che nei fluidi è un elemento insignificante.

grandi distribuzioni, l'uso di mezzi a basso impatto ambientale, vivere *slow* piuttosto che *fast*, è la metafora del consumatore responsabile. Il consumo responsabile e sostenibile si pone dunque nel nesso tra sviluppo e sostenibilità. Come tipologia di consumo implica due aspetti. Il primo relativo alla ricerca della qualità con stretto riferimento al prodotto; qui non si tratta di consumare meno ma di consumare meglio. Il consumo sostenibile agisce, come elemento perturbativo, non tanto sulla capacità del sistema economico di ridurre le proprie aspettative, quanto sulla sua capacità di interpretare la domanda che si pone sul mercato. Un ulteriore aspetto relativo alla qualità ma in senso più estensivo, da intendersi come qualità della vita, è riferibile ai comportamenti. Qui ci riferiamo sia ai tempi e alle modalità di fruizione dei prodotti, sia alle scelte di consumo che le implicano. Il motto diviene consumare meno ma consumare meglio. Nel parlare di sostenibilità si devono tener presenti dunque quattro orizzonti. Oltre la *sostenibilità ambientale* intesa, come visto sopra, in capacità di mantenere qualità e riproducibilità delle risorse naturali, sussistono la *sostenibilità economica* intesa come capacità di generare reddito e lavoro per quello che è il sostentamento della popolazione; la *sostenibilità sociale* nel senso di capacità di garantire condizioni di benessere umano come la sicurezza, la salute e l'istruzione, distribuite equamente per classi e genere; la *sostenibilità istituzionale* corrispondente alla capacità di assicurare condizioni di stabilità, democrazia, giustizia e partecipazione. L'interazione delle quattro componenti della sostenibilità , coincide idealmente con lo sviluppo responsabile e sostenibile.

Nel panorama globale le conseguenze negative sinora descritte sono riconosciute come i *rischi della globalizzazione*. Dunque rischi ambientali, sociali e politici che calcano le scene mondiali. Come le paure legate alla sicurezza alimentare per l'introduzione di alimenti geneticamente modificati di cui non si conosce l'effettiva nocività. Paura causate dalla crescente difficoltà di riuscire a monitorare il ciclo produttivo degli alimenti, la loro qualità, al fine di contenere la diffusione di malattie. La presa di coscienza di un tale stato di cose da parte dei consumatori avviene anche attraverso le nuove tecnologie d'informazione e comunicazione. Narrazioni di blog, siti, social network, divengono i principali strumenti di conoscenza a cui si legano, nell'intreccio cross mediale, tutti gli altri strumenti. Così che sulla scena mondiale si affacciano nuovi idealtipi soggetti, consumatori responsabili che ora, proprio per la loro consapevole posizione di decisione-azione, si auto-responsabilizzano al fine di dare voce ai rischi che si legano a determinate scelte e azioni. In modo da cercare la migliore soluzione che può avvenire solo a livello globale. *Ipsa Facto* esistono due palchi per le società globali: uno è la *società degli Stati*, nella quale "le regole della diplomazia e della potenza nazionale saranno in futuro come era in passato, le variabili principali" (Beck, 2009, p. 54). L'altra arena, interessante dal suo emergere, è data dal *mondo della subpolitica transnazionale* ove agiscono attori differenti: "gruppi industriali internazionali, Greenpeace, Amnesty International, ma anche la Banca mondiale, la Nato, l'Unione Europea e altre" (Beck, 2009, pp. 54-55). In tali contesti non fanno fatica dunque a costruirsi gli scenari d'orrore sin qui descritti: danni ecologici percepiti a livello globale, il vacillare di schemi di sicurezza tradizionali capaci di

creare sempre maggiori tensioni, lasciando sul filo del rasoio i conflitti che ne potrebbero derivare. Rischi che, nello sradicare quello che Max Weber avrebbe definito un agire orientato secondo un fine, presentano un ordine di conseguenze collaterali non volute, in scenari glocali transculturali⁸⁰, scenari in cui la società civile tende ad orientarsi verso movimenti sociali transnazionali, attori transazionali, non legittimati democraticamente, ma che trovano espressione di azione e potere, morale e politico, in nuovi spazi transazionali, di cui ne sono esempi non solo la comunicazione ma anche azioni come il boicottaggio o la critica transculturale.

3.10 Tra nuove culture e nuovi media: stili di consumo responsabile

L'uomo si serve dei consumi per comunicare qualcosa in uno spazio ed in tempi delimitati per dire qualcosa su se stessi, la famiglia ma anche sull'ambiente sociale che lo circonda. Esprimendo approvazioni o meno. Entrando anche in competizioni con gli altri. Così che l'azione di consumo svolta da un numero rilevante di soggetti può dare rilevanza a eventi che magari sono tradizionalmente di poco conto. Nel consumo sono continuamente ridefinite le categorie sociali⁸¹. Nel consumo critico però sono strutturati e strutturanti legami sociali non solo per la capacità di riconoscersi e distinguersi come parte di una comunità, come accade tra consumatori, ma soprattutto per i sentimenti e culture di solidarietà con gli esseri viventi (uomini o animali) coinvolti nei processi produttivi. Con Paesi e popolazioni che vivono in condizioni svantaggiate per i rapporti di produzione, dipendenza politica e/o economica, con le generazioni future. All'interno di questo comune orizzonte di solidarietà, sono concepite e messe in atto come *azioni collettive individualizzate* (Micheletti, Follesdal, Stolle, 2006), *atti individuali consapevolmente* e progettualmente concepiti come *interdipendenti*. In generale si può dire che le azioni di consumo assumono rilevanza nella visione socio-antropologica per la costruzione della realtà e delle esperienze. Il consumo critico, noto anche come responsabile, consapevole o etico, o *alter* consumo come lo definisce Lipoversky (2006), lì dove il consumo alternativo e il

⁸⁰ Per Roland Robertson la globalizzazione "in atto" e quella "appresa, riflessa dai mass media" sono due aspetti dello stesso processo: produzione di una riflessività simbolico-culturale della globalizzazione. L'incontro tra locale e globale non si escludono, dove il locale è espressione del globale, dando vita a quello che Robertson definisce per l'appunto il glocal. Che trova forma nel processo della glocalizzazione che implica l'assunto della "Cultural theory", cioè l'idea di poter comprendere il mondo presente, le sue declinazioni o ciò che si afferma senza dover riflettere su concetti come "politica della cultura, capitale culturale, differenze culturali, omogeneizzazione culturale, etnia, razza e genere". Zygmunt Bauman direbbe la "fine dell'univocità" o Jürgen Habermas definirebbe la "nuova opacità". Cfr. U. Beck, 2009, *Che cos'è la globalizzazione. Rischi e prospettive della società planetaria*, Carrocci Editore, Roma, pp. 67-69

⁸¹ Tutte le forme di consumo, in generale, si fondano sul senso di appartenenza. Il consumo è uno strumento di azione sociale, avviene in riferimento a un gruppo, tende alla fondazione di (o all'ingresso in) comunità. Le scelte di consumo sono in relazione con processi di costruzione intersoggettiva e rappresentazione del sé ci dice Baudrillard (1976).

consumo critico si configurano come delicati esercizi di cultura di consumo capaci di costruire e perseguire un progetto attraverso molti atti individuali del consumare o del boicottare, dello scegliere o del rifiutare, si riferisce alla scelta dei prodotti e dei servizi, alle modalità d'acquisto, all'utilizzo dei beni nonché al loro smaltimento una volta utilizzati, a criteri improntati alla sostenibilità⁸². Il consumo può essere così considerato come un linguaggio, ovvero struttura, uno spazio simbolico ove ogni significato è reso attuale. Luogo d'eccellenza nel quale viene a costituirsi quella selezione di senso che diviene fondamentale nel processo di narrazione del sé al quale gli attori sociali sono continuamente chiamati, nel mondo della sovrabbondanza simbolica. Nella dimensione della creatività degli individui questo approccio fonda sull'immaginazione sociale, insistendo sulla dimensione dell'esperienza. Inoltre le profonde mutazioni della società sono effetto di fenomeni e tendenze che si costituiscono nel tempo dedicato al 'non lavoro', nella sfera della (ri)produzione e nel consumo dove si produce valore. I beni materiali ed immateriali hanno un valore di scambio co-determinato dal valore simbolico che si sviluppa nella/dalla comunità dei consumatori. L'economia un tempo predominante, quella postfordista, detta così per segnare il superamento da quella fordista che ha segnato sia l'economia capitalista che le economie produttive dei Paesi del socialismo, in cui il lavoro era organizzato in un processo di montaggio che ha dato il via ad una produzione di massa ed a un consumo di massa, a quella postfordista in cui un aspetto è quello dell'introduzione dei computer nei processi di produzione e dalle automazioni di molte mansioni. Il postfordismo ha anche destinato al lavoro qualità immateriali dell'agire umano quali le facoltà comunicative e relazionali. Anche il lavoro dei consumatori si può intendere secondo distinti "processi produttivi". Un primo è quello che mette in opera l'insieme dei desideri razionali ed affettivi delle persone. Lì dove i desideri si esprimono nella produzione di nuovi e innovative merci. Tanto che il sistema produttivo "accoppiato strutturalmente" al consumo attraverso scambi informativi, trasforma questa struttura in profitto. Una seconda prospettiva è quella della merce venduta ma non prodotta, la *watching activity*, che trasforma il consumatore televisivo, come anche identifica Smythe (1981), in merce-audience⁸³. Prodotta solo in parte dalle industrie della comunicazione, la merce-audience produce se stessa investendo tempo, denaro, lavoro e attenzione. Una produzione di senso il cui valore d'uso dona alla merce-audience un valore di scambio ad esempio nel passaggio dalle industrie culturali agli inserzionisti.

⁸² Questo tipo di consumo si è andato sviluppando in Europa principalmente nel corso degli ultimi decenni con la comparsa di un nuovo modello di consumatore-cittadino il quale nella consapevolezza che la produzione o l'uso di alcuni prodotti possono contribuire a violare i diritti umani, causare violenze ad animali o danneggiare l'ambiente naturale, è intenzionato ad influenzare la definizione ad esempio dell'offerta aziendale con le proprie consapevoli scelte di acquisto o consumo. il modello trae origine in differenti fattori come il cambiamento dei modelli di consumo, la crescita culturale, la diffusione delle informazioni come il crescente ruolo delle associazioni di consumatori. Cfr. P. De Luca, (*Paper*), *Il consumo critico: una ricerca esplorativa sulla dimensione sociale del comportamento del consumatore*, in Atti del Congresso Internazionale "Le tendenze del marketing", 2007

⁸³ Su questi concetti Cfr. Stazio (2007). Per Smythe (1981) "il lavoro che i membri dell'audience svolgono per l'inserzionista al quale sono stati venduti è imparare a comprare beni. (...) i membri dell'audience hanno una lunga storia di preparazione alla funzione di componenti dell'audience. Da bambini, adolescenti e adulti, hanno osservato vecchi e nuovi modelli di particolari marche di prodotti per strada, a casa di amici, a scuola, sul posto di lavoro...

Un terzo punto che aggiunge alle merci “valore di senso” è il contenuto informativo-culturale. Un valore accentuato da innumerevoli interazioni comunicative quotidiane. In spazi che vanno dall’abitazione alla grande distribuzione, dal locale, ai nuovi spazi virtuali globali. I soggetti aggregati in “audience” divengono a loro volta una nuova “forma-merce”, producendo il proprio “valore cumulativo” cioè elaborando individualmente la propria propensione e competenze nel consumo. In perenne e reticolare connessione con le industrie culturali, mettendo in gioco le competenze acquisite nei processi comunicativi e di socializzazione, nelle pratiche di consumo culturale. Sono questi processi che avvengono nel sociale vivere quotidiano dettati, per alcuni studiosi, dalla stratificazione culturale e sociale che dalla fabbrica o dal mercato. La produzione postfordista diviene dunque la sovrastruttura di una struttura costituisca dal patrimonio culturale. Nel nostro essere tutti dei “mutanti”, come scrive Baudrillard, la concentrazione individualistica trova una dialettica nelle politiche di consumo che stringono alleanze nuove tra quelli che Edgar Morin definisce gli “oniricamente troppo ricchi” dai “materialmente troppo poveri” (Morin, 1962; 1975). Una spinta che attraverso il mondo multi-mediato, conduce verso i “bisogni degli altri” (Wolf, 1994). Soprattutto alla luce di una trasparenza che avviene non solo per la produzione e il consumo, ma anche per le disuguaglianze mondiali, lo sfruttamento del lavoro, la commercializzazione della vita e la distruzione dell’ambiente. *Nella liquidità dei ruoli e relazioni nel mondo globale, ci dice Bauman (2008), i consumatori investiti dal ruolo di cittadini responsabili si dotano di sempre maggiore autonome assunzioni di responsabilità estendendo gli ambiti della valorizzazione agli ambiti del vivere quotidiano.* La cultura di consumo si esprime dunque nel consumo critico o anche quello solidale o alternativo attraverso cui si persegue un progetto attraverso molti. Atti individuali di un consumare o del boicottare, dello scegliere o rifiutare. Per Micheletti è “l’orientamento attivo del consumatore a scegliere prodotti e produttori, in base ad una varietà di considerazioni di tipo ambientale, etico e politico” (Micheletti, Follesdal, Stolle, 2004). Per questi autori i consumatori “scegliono particolari prodotti e produttori perché vogliono cambiare pratiche istituzionali e di mercato che non ritengono accettabili”. Utilizzando il peso del valore economico della produzione di senso non in modo “contrattuale” e liberista ma per regolare i rapporti tra consumatori e produttori di un singolo mercato, mettendo in discussione gli equilibri politici, i rapporti di produzione, di scambio, di forza e potere sul “mercato globale”. Decisioni investite di senso politico in modo più o meno esplicito⁸⁴. Negli ultimi decenni infatti il consumo culturale ha via via allargato il suo peso economico, sociale e simbolico. Soprattutto per la crescente pervasività dei media di massa e dell’industria culturale. A cui si somma l’aumentare del tempo libero e di quello che si dispone durante il ciclo di vita che si incrocia con quello lavorativo. Centralità di un consumo culturale che diviene un buon indicatore delle tendenze edonistiche che caratterizzano la crescita della società. Una società in cui assume sempre più importanza la produzione di informazioni, la distribuzioni di beni cognitivi e simbolici. Un consumo culturale che è una strategia individuale che si esprime in processi di

⁸⁴ A tal proposito Alex Zanotelli (missionario cambogiano) dice “voi votate ogni volta che fate al spesa, votate ogni volta che schiacciate il telecomando, ogni volta che andate in banca”.

auto-identificazione e auto-espressione in un determinato contesto sociale. Pratiche di consumo che non sono solo delle manifestazioni simboliche delle preferenze individuali, un processo di individualizzazione come ci dicono Beck e Bauman, ma sono anche tratti distintivi della società contemporanea. Modelli di consumo che non dipendono più dalla collocazione sociale degli individui ma da una numerosa inclinazione personale, manifestazione delle molteplici identità di un individuo flessibile (Fabris, 2003). Pur tuttavia c'è chi ritiene che gli oggetti culturali delimitano e disegnano le divisioni sociali, ciò perché il consumo non è solo una scelta individuale ma anche importante spazio di competizione sociale (Bourdieu, 1979; Sassatelli, 2004). Detto altrimenti, gli stili di consumo degli individui provengono dalle posizioni dei soggetti nella struttura sociale, in base al livello di istruzione, condizione occupazionale, classe sociale, genere ed età, per essere un consumatore onnivoro.

Ma l'infrastruttura flessibile ed economica delle reti telematiche e nella *mass self communication* dove la rete internazionale che supporta il consumo critico, così come i consumatori che ad essa si riferiscono, trova un mezzo insostituibile di comunicazione e mobilitazione, è di fatto altamente includente e orizzontale anche nelle relazioni (Castells, 2007). I successi di alcune campagne che sono state promosse da reti che si possono definire "etiche" (come ad esempio le clamorose campagne di boicottaggio di Nike e Nestlé), usando i new media (intesi come reti di comunicazioni che raggiungono un eco più grande) divenengono più importanti. Anche se probabilmente meno importanti della crescita di consapevolezza e dell'*empowerment* di ogni singolo complessivamente. Così come divengono rilevanti la scoperta e sperimentazione di nuovi spazi di azione individuale e sociale, pratica attiva di sentimenti della "cittadinanza globale". Nei processi produttivi del consumo, i consumatori maturano forme di *consapevolezza* tese a favorire le scelte e i comportamenti intensi e ad utilizzare il valore economico della produzione di senso come arma capace di regolare i rapporti nel mercato e/o di mettere in discussione gli equilibri politici, oltre che i rapporti di produzione, forza e potere.

I consumatori critici influenzano la politica attraverso azioni che non solo vanno al di là delle sfere economica e politica, ma superano anche l'immaginaria linea di demarcazione tra pubblico e privato rivolta a separare le persone nella loro veste di individui politici (cittadini) dalle persone in quanto attori privati (consumatori, famiglie). Individui e istituzioni utilizzano le azioni nel mercato per creare fiducia, controllare le incertezze e risolvere i problemi "pubblici" comuni (Micheletti, 2010). La globalizzazione ma anche l'individualizzazione (Beck, Giddens, Lash, 1999) hanno tracciato la strada ai cittadini per riappropriarsi della politica dando luogo a questi nuovi ambiti per l'assunzione di responsabilità. Devastazione dei diritti umani, problemi ambientali, il controllo delle informazioni sono aree problematiche controllate con sempre maggiore difficoltà dagli Stati. Sfide che impongono un ripensamento dell'idea stessa di governabilità. Poiché le soluzioni ai problemi di carattere mondiale necessitano della collaborazione dei diversi Stati e nuove forme di impegno politico che coinvolgono istituzioni e attori al di fuori del tradizionale sistema di partecipazione alla vita pubblica e di gestione del potere. "La politica non può più essere definita come la diffusione all'interno della

società di valori dotati di autorevolezza da parte dello Stato-nazione – diffusione messa in atto grazie alla legittimità creata dal consenso popolare” (Micheletti, 2010, p. 22). Tanto che oggi la politica diviene qualcosa di più dei dibattiti pubblici e dei provvedimenti governativi. Ma riguarda l’ambiente del sistema politico, ciò a dire che interessa sfere e livelli di vita differenti. Qui la *governance* è una prospettiva teorica che ridefinisce la visione politica e il suo ruolo nel sistema politico: una collaborazione tra istituzioni statali, parastatali, non governative e private (ad esempio le imprese) chiamate a risolvere i problemi sollevati dall’azione collettiva per assumere la responsabilità del benessere dei cittadini. Così che sistema politico e territorio circostante dipendono reciprocamente. Tanto che le responsabilità così come i compiti sono condivisi in modo non convenzionale da una stratificazione di reti sociali. Il consumo può divenire un luogo d’incontro per l’azione politica offrendo agli individui l’occasione di accesso a pratiche di *policy making* di solito precluse alla partecipazione dei cittadini. Così che persone escluse dai gruppi che prendono le decisioni politiche possono ora usare le proprie scelte di mercato come strumento di espressione ma anche azione politica. Nelle proprie scelte consapevoli e responsabili i consumatori uniscono il proprio ruolo a quello di cittadini comportandosi dunque da cittadini-consumatori dinamici: per il potere di sviluppare nuovi contenuti, forme e coalizioni per risolvere i problemi della “società del rischio” (Beck, 2000) e le ingiustizie mondiali. Unendo il ruolo pubblico di cittadini a quello privato di consumatori. E’ il caso di quanto accaduto a Wall Street il 17 settembre 2011, (un movimento che ha radici anche nella Primavera Araba, nel movimento spagnolo degli *indignados* del 15 maggio 2011 ma anche altrove), quando il popolo americano si è unito sotto il logo “*occupy Wall Street*”, stanco della “malavita” (come la definisce Naom Chomsky) di istituzioni finanziarie che hanno causato danni gravi anche nel mondo, grazie al loro potere economico ma anche politico, un circolo vizioso che ha concentrato immense ricchezze in un piccolo settore della popolazione, un 1%, mentre il resto vive di precarietà. Le scelte di consumo spingono i cittadini “a spostarsi verso altre sfere della vita per assicurarsi una discreta possibilità di accesso alla politica per tutti i cittadini” (Van Gunsteren, 1998, p.29). Al pari della società civile, afferma Micheletti (2010), il *consumo critico* rappresenta “un nome in codice che serve ad indicare quelle persone che si assumono la responsabilità della propria vita” (Philips, 1999, p. 59). Così che le nostre azioni private influiscono sulle preoccupazioni pubbliche a livello locale e mondiale. Per Saul Alinsky (attivista politico americano) “si rivendica una giusta indignazione morale solo quando serve al proprio scopo”. Un senso morale che si forma all’interno della propria famiglia dove l’indignazione che nasce per difendere i problemi personali è il punto di partenza per ogni azione collettiva. I cittadini riflessivi stanno “scoprendo un modo per amalgamare creativamente consuetudini, esperienze di vita e significati che in precedenza erano separati, attraverso le istituzioni politiche, economiche e culturali” in un investimento socialmente responsabile (Micheletti, 2010, p. 227).

3.10.1 Strategie e tattiche di consumo: sulla scena politica locale

Sulla piramide degli atti di consumo vi è il *processo di scelta* che presuppone e allo stesso tempo implica saperi, abilità, competenze, capacità autoriflessive, creatività e attitudini strategiche. Per la dialettica del consumo, le merci sono polisemiche, poiché in esse si sommano molteplici significati tra un valore d'uso e uno di scambio, ma anche per un valore aggiunto dato dalle attività comunicative, relazionali e affettive. Di fatti all'interpretazione delle intenzioni della produzione "legittima", si contrappongono pratiche di *decoding* e sociali degli oggetti di consumo. Nei differenti processi produttivi del consumo, i consumatori maturano forme di consapevolezza che favoriscono le scelte ed i comportamenti rivolti ad usare il valore economico della produzione di senso come arma per capire e regolare i rapporti di mercato o per mettere in discussione gli equilibri politici. Anche in Italia, Paese di tarda industrializzazione e diffusione del *consumismo* e della pratica di questo in rapporto con l'etica, sono da ritenersi estese le diverse forme di consumo subpolitico. Il primo dei "processi produttivi" di consumo coincide in Italia con l'attività del guardare la televisione, che nel paese si è tinta di una valenza speciale nel 1992, dal momento in cui l'allora esclusivo proprietario dell'unico network televisivo commerciale, Silvio Berlusconi, scende nel campo della politica. Si dà vita nel 1993 a "Bo.Bi" (acronimo per Boicotta il Biscione, primo simbolo del partito di Berlusconi) nel cui sito si legge "smettiamo di comprare i giornali di Berlusconi e di fare la spesa nei suoi supermercati. Ritiriamo la pubblicità dalle sue riviste e dalle sue televisioni. Boicottiamo le sue reti tv". Tanto che il 29 settembre dello stesso anno viene proclamata la "Giornata nazionale di boicottaggio contro il Biscione" con l'invito rivolto agli italiani di non mettere piede alla Standa, non comprare riviste Mondadori, non sintonizzarsi sui canali allora Fininvest. Il sito Bo.Bi scrive "Volevamo mostrare a Berlusconi che così come abbiamo contribuito alla sua ascesa comprando le sue merci, noi abbiamo anche il potere di fermare il suo complesso di onnipotenza". La stessa sera le reti Fininvest registrano un calo di audience di due milioni e ottocentomila presenze.⁸⁵ Un caso particolare di certo se si pensa che nel panorama italiano sussiste un'invasione dei partiti nello Stato⁸⁶. Un'anomalia denunciata già negli anni Ottanta da Enrico Berlinguer, politico del tempo, che dichiarava "noi vogliamo che i partiti cessino di occupare lo Stato. I partiti debbono, come dice la nostra Costituzione, concorrere alla formazione della volontà politica della Nazione; e ciò possono farlo non occupando pezzi sempre più larghi di Stato, sempre più numerosi centri di potere in ogni campo, ma interpretando le grandi correnti di opinione, organizzando le aspirazioni del popolo, controllando democraticamente l'operato delle istituzioni"⁸⁷.

⁸⁵ Cfr. <http://www.bobi2001.it>

⁸⁶ Max Weber distingueva due categorie: da una parte c'è chi vive per la politica ed è animato da una vera vocazione, dall'altra quelli che vivono della politica e che quindi la usano come fonte di guadagni, fino a divenire parassiti della società. "In Italia, purtroppo, la propensione a vivere della politica è più lunga che negli altri Paesi occidentali. L'eccessiva presenza dei partiti nella vita pubblica e gli estenuanti processi burocratici sono tra le cause principali del disagio dei cittadini, che si concretizza in un sempre maggior distacco dalle istituzioni". Cfr. N. J. Smelser, 1995, *Manuale di sociologia*, il Mulino, Bologna.

⁸⁷ Intervista a Enrico Berlinguer al quotidiano Repubblica in "I partiti macchine di potere e di clientela" (28 luglio 1981). "Dieci anni prima che nascesse tangentopoli, Enrico Berlinguer rilasciò questa intervista

Sottolineando l'exasperazione di una politica italiana che, da dopo De Gasperi e Togliatti, ha perduto le forme tese ad una politica di ricostruzione democratica⁸⁸. Per giocare, ancora una volta, su interessi di mercato ma con l'ingerenza dei partiti politici nello stato nazionale⁸⁹. I consumatori così contestando al soggetto politico di utilizzare il proprio potere economico e il possesso delle tv commerciali per orientare la politica italiana, hanno fatto appello al loro *potere di spegnere*. Tanto che il livello di consapevolezza, tra il guardare/non guardare la televisione legata agli incassi pubblicitari, è maturata durante il *watching activity*. I consumatori sono stati guidati da precedenti posizionamenti politici e da istanze unicamente ideologiche. Ciò perché l'Italia rappresenta un Paese in cui il potere mediatico si traduce senza mediazioni in organizzazione politica. Un potere a cui si è potuto assistere per i recenti *referendum* a cui i cittadini *italiani* sono stati chiamati al voto nel giugno 2011. Lì dove anche la tv di Stato, come quella commerciale Mediaset, hanno cercato di mascherare un'informazione rilevante per la popolazione italiana. In questo caso ancora una volta a pensarci è stata la rete virtuale, con i suoi tam tam rincorsi da quanti ritenevano importante la salvaguardia di un diritto imprescindibile, un bene comune, come l'acqua. Si è sbrigliata così una massa critica resa cosciente da programmi televisivi liberi da ogni personalistica inclinazione politica che hanno cercato di fornire il migliore dei servizi di informazione (come ad esempio Ballarò, Anno Zero, e altri). Si rincorrono le narrazioni tra siti, blog e social network di varia natura: il sito di Anno Zero, la pagina Facebook di Rai per una notte, *Il fatto Quotidiano* del giornalista Marco Travaglio, il sito del movimento Popolo Viola e altri, promotori d'informazione verso un'opinione pubblica ricevente, a sua volta promotrice nella forma di una massa critica, audience creativa (Castells, 2009). Infine cittadini attivi che, non deludendo le aspettative democratiche, hanno manifestato la propria opinione e riconquistato il proprio spazio democratico e, in continuità con la propria linea narrativa, hanno espresso la propria preferenza sui quattro punti del referendum, che oltre la privatizzazione e investimenti sull'acqua riguardavano, il nucleare e il legittimo

dicendo cose che, a distanza di 29 anni, fanno rabbrivire per quanto siano vere nel loro tragico radicarsi ed avverarsi". L'intervista si apre con la riflessione di Berlinguer "I partiti di oggi sono soprattutto macchine di potere e di clientela: scarsa o mistificata conoscenza della vita e dei problemi della società e della gente, idee, ideali, programmi pochi o vaghi, sentimenti e passione civile, zero. Gestiscono interessi, i più disparati, i più contraddittori, talvolta anche loschi, comunque senza alcun rapporto con le esigenze e i bisogni umani emergenti, oppure distorcendoli, senza perseguire il bene comune". Cfr. <http://www.forumdac.it/ricerca-articoli-per-categoria/1-politica-nazionale/167-berlinguer-qi-partiti-macchine-dipotere.html>

⁸⁸ Si aggiunga che con la parola "*democrazia*" si intende quella forma di governo caratterizzata da un'attiva partecipazione del popolo alla vita politica di un Paese. Dal momento che, però, questa partecipazione non può essere continua (non ci può sempre essere una "*democrazia diretta*"), nei sistemi democratici di oggi è necessaria la mediazione di particolari organismi che rappresentano i cittadini e che possono orientare le loro attività e le loro scelte politiche: tali organismi sono i partiti politici, che costituiscono l'anello di congiunzione tra le istituzioni rappresentative (il Parlamento) e la volontà popolare.

⁸⁹ Richard Sennett scrive "Nelle forme burocratiche di autorità i subordinati credono che le istituzioni assumeranno la responsabilità al posto loro" ed inoltre "la grande burocrazia può creare legami ma anche diventare una catena". Si rifletta a tal proposito sulla "gabbia di acciaio" di Weber il quale aveva notato che le istituzioni dell'economia e della società civile, del suo tempo, imitavano quella che era la struttura sociale dell'esercito per garantire l'integrazione sociale e l'obbedienza all'autorità. "La gabbia d'acciaio era tanto una prigione quanto una casa". Cfr. R. Sennett., 2006, *La cultura del nuovo capitalismo*, Il Mulino, Milano.

impedimento. Così che se anche per il sociologo italiano Boccia Artieri non si è assistito nella prima fase ad “una traduzione delle pratiche in forme di cittadinanza attiva se non come pura eccezione, come accidentalità nella gestione delle relazioni sociali attraverso, ad esempio, i social network”, la partecipazione, invece “è stata giocata solo sul versante dell’inclusione: stare in Rete voleva dire principalmente essere *always on*, continuamente disponibili alla comunicazione *tout court*”. Questo, continua il sociologo italiano dal suo blog, vale in particolare per i giovani, che incorporano la Rete nelle loro pratiche quotidiane come strumento di stabilizzazione delle relazioni sociali”, strada che ha battezzato una “cittadinanza culturale”⁹⁰ e funzionando come “stabilizzatore delle aspettative sulla realtà”. Ricevendo come contro risposta una censura da parte dell’Agcom (l’Autorità garante per le Comunicazioni) che appellandosi alle violazioni sul *copyright* tenta l’oscuramento di siti italiani e stranieri. Arrogandosi il diritto di rimuovere contenuti da siti italiani o inibire l’accesso ai siti stranieri, in modo arbitrario e senza passare da un giudice. Il provvedimento, pensato per “contrastare la pirateria”, nel suo palesarsi come applicabile a breve, ha rischiato di portare alla “censura” di contenuti (per esempio video) che, pur violando il diritto d’autore, risultano ugualmente di pubblico interesse. Così si può leggere su molti siti, compreso quello ufficiale del periodico on line *Il fatto Quotidiano* “un nuovo potere che si auto-assegna l’Agcom che ha chiaramente una valenza politica”⁹¹. In risposta a queste insostenibili decisioni il 5 luglio 2011, attori attivi sulla rete, si sono dati appuntamento a Roma alla Domus Talenti per manifestare alla “Notte della Rete”⁹². Un uso del tempo di ogni individuo di esprimersi in qualità di cittadino-consumatore, un uso del tempo che può anche essere importante per supportare delle istanze, come nel caso di alcuni digiuni televisivi concordati⁹³. Un processo di decodifica e cooperazione interpretativa, deviante rispetto le intenzioni dell’emittente e scaturite in pratiche di decodifica aberrante⁹⁴. Processi che per la guerriglia semiologica si trasformano in “tattica della decodifica” per cui non è il messaggio a mutare ma il destinatario lo rifiuta ideologicamente (Eco, 1967). Tanto che pur essendoci simmetria nei codici posseduti, il ricevente attiva fenomeni di distorsione che incidono in modo significativo nella decodifica

⁹⁰ Cfr. <http://www.mediamondo.com> (Media mondo “le mutazioni che vedono intorno a me”), articolo del 21 giugno 2011 nel sito personale del sociologo G. Boccia Artieri, dal titolo “Niente sarà più come prima: la percezione sociale della Rete”.

⁹¹ In merito a questo si legge “secondo gli attivisti non è un caso che questo ultimo tentativo di mettere il bavaglio alla Rete arrivi dopo le amministrative e il referendum dove Internet ha dimostrato tutta la sua capacità di coinvolgere le persone su questioni che li riguardano direttamente e informare i cittadini ormai stufi del “minzo-giornalismo”. “Il potere ha paura di Internet (...) e in tutto il mondo stanno cercando di metterle un bavaglio come quello passato in Spagna o la proposta in discussione in Francia che è già stata appripista a riguardo. Sta ai cittadini difendere questo strumento cruciale per il futuro della democrazia. E, su questo, in Italia stiamo dimostrando tutta la nostra forza e la nostra caparbia. Di sicuro, non ci fermeremo né ci fermeranno”. (*Il Fatto Quotidiano*, 2 luglio 2011).

⁹² Un *no-stop* che ha visto coinvolti giornalisti, esperti, netizen, associazioni, esponenti politici.

⁹³ A tal proposito si ricorda la raccomandazione di Giovanni Paolo II, fatta in occasione della Quaresima nel 1996, di digiunare dai mezzi di comunicazione di massa “per destinare tempo alla riflessione ed alla preghiera, che per coltivare i rapporti umani”. Astensione riproposta per oltre dieci anni da un’associazione cattolica di Milano, raccogliendo nel tempo molte adesioni sino a giungere a toccare nel 2004 anche un milione di adesioni.

⁹⁴ I processi di decodifica sono di fatto al centro delle teorie formulate già nei *media studies*.

segnando una frattura netta (ideologica, politica, sociale) fra l'emittente ed il ricevente. Ad incidere è la relazione tra potere mediatico e quello politico che porta alla ribalta la valenza economica della decodifica nelle logiche economico-produttive della televisione commerciale. Non un caso unico e isolato se si pensa ad esempio al provocatorio ma efficace articolo pubblicato da *Repubblica* il 20 aprile 2002 di Umberto Eco che invitava la "potente forza economica che non accetta il monopolio televisivo" a causa della pratica dello *spoils system* – in atto sulle reti pubbliche italiane per il secondo governo Berlusconi (2001-2005) – "quella metà degli italiani che non si sentono rappresentati dal nuovo sistema televisivo" a "penalizzare Mediaset rifiutandosi di comperare tutte le merci pubblicizzate su quelle reti": Nella logica di una guerriglia, l'emerito semiologo italiano, suggerisce di "leggere i consigli per gli acquisti" che provenissero da emittenti concorrenti, incentivando tali acquisti. Nello stesso periodo il CoRe (Consumo Responsabile) rende pubblici i risultati di una ricerca sugli spot mandati in onda sulle reti Mediaset nella speranza che le aziende investitrici, rendendosi conto del potere economico di colui che è alla presidenza dell'esecutivo, boicottassero, dirigendo altrove le proprie spese pubblicitarie. Mettendo in discussione, come affermano Wolf e Wolton, l'uso "improprio" dei profitti e/o conflitti di interessi fra la guida della cosa pubblica e la possibilità di orientare il dibattito nello spazio pubblico mediatizzato (1994, 1991). Azioni comunicative attuate nell'intenzione di riappropriarsi della sfera pubblica, di "mettere in dubbio la naturalità dei rapporti di forza che sfruttano il sistema delle comunicazioni". Rispetto queste azioni tattiche il *culture jamming* si riferisce a logiche specifiche della comunicazione con bersagli più ampi, riferiti al lavoro intellettuale socializzato. Un'azione che si inonda nelle tattiche del quotidiano: modi di fare che permettono al mondo di chi consuma di introdursi in quello di chi produce. "Operazioni quasi microbiche che proliferano all'interno delle strutture tecnocratiche e ne spostano il funzionamento con una miriade di 'tattiche' articolate sui particolari del quotidiano [...] lotte o giochi fra il forte e il debole e delle azioni che rimangono possibili a quest'ultimo. La tattica è determinata dall'assenza di potere e dalla strategia" (de Certeau, 2001). I processi produttivi immateriali assegnano ai consumatori terreni di gioco su cui potersi mantenere autonomi stando "in casa". Un "acquisto intellettualizzato" di *life politics* quando i soggetti attuano "una politica dell'autorealizzazione in un ambiente regolato riflessivamente" (Giddens, 1991), esercitando la propria autonomia su decisioni e scelte che modellano la loro vita, fondandosi su "imperativi di giustizia, uguaglianza, partecipazione". Costituendo una "politica di emancipazione" (*emancipatory politics*) caratteristica della modernità, preoccupandosi delle diverse *life politics* individuali e di partecipazione a progetti comuni. Al fine di condizionare *governance* e politica.

CAPITOLO QUARTO

MONDI DIGITALI, MODERNIZZAZIONE E AZIONI COLLETTIVE

*Se non sono io per me, chi sarà per me?
Se non così, come? E se non ora, quando?*
(Primo Levi, *Canzone di Gedal* – “*Se non ora, quando?*”)

4.1 La società globale e le nuove tecnologie: il palcoscenico mondo

Ragionare e capire sino in fondo la forza di una rivoluzione, qualunque sfera essa tocchi, principalmente mentre è in corso, si rivela un'impresa di certo non facile. Quante volte quelle che sembravano delle rivoluzioni, rivedute alla luce di una consapevolezza che la storia regala, possono apparire di fatto una semplice e superficiale agitazione? Ma in nessun altro momento si tratteggiano così tante speranze, attese e convinzioni come nel corso di una rivoluzioni (Ciotti, Roncaglia, 2000). Una situazione che oggi più che mai costituisce un presente in cui la rivoluzione digitale promette, grazie ai propri protagonisti e sostenitori, di cambiare in modo radicale e in meglio sia il funzionamento globale della società sia la vita degli individui. Pur tuttavia generando paralleli timori tra coloro che credono che tali rivoluzioni possano concepire involuzioni e regressioni. Tensioni ideologiche dettate dal presupposto che alla base dei mutamenti in corso si pone una diffusione della tecnologia nella vita sociale. Una vita sociale in cui l'immaginazione acquista uno straordinario potere nella vita quotidiana degli uomini di diverse parti del mondo che sognano e immaginano una “vita possibile”, più ricca di opportunità di quelle che avrebbero potuto sperare in passato per quel mutamento che ha avuto vita già con i mass media generalisti di massa (Beck, 2009, pp 73-74). L'evoluzione e l'affermarsi delle nuove tecnologie di informazione e comunicazione portano in sé nuove fasi di trasformazione: una fase è quella che riguarda l'ascesa delle economie digitali a cui si legano potenzialità ma anche rischi, l'altra fase si colloca sull'asse del rapporto tra tecnologie e politica. In questo ultimo caso i mutamenti si collocano su due piani differenti di osservazione: l'uno che vede dei sostanziali cambiamenti nel funzionamento della politica e delle sue istituzioni attraverso le nuove tecnologie della comunicazione, modificando i meccanismi stessi della politica; l'altro piano di osservazione, di grande interesse per questo lavoro, coglie dei sostanziali mutamenti nel modo di percepirsi della società civile e di ogni singolo cittadino che nel pieno di una consapevole responsabilità che investe il proprio ruolo di consumatori danno vita a movimenti “culturali” al fine di supportare istanze rivolte al bene comune (si pensi in tal senso al movimento ecologista o anche al movimento delle donne interessato soprattutto a diffondere una cultura di uguaglianza delle donne). Movimenti culturali che trovano la propria culla principalmente in quei mutamenti culturali (intendendo per mutamenti culturali quei “valori e convinzioni elaborati dalla mente umana su scala sufficientemente ampia da interessare la società nel suo insieme”⁹⁵) che si combinano con i cambiamenti politici.

⁹⁵ M. Castells, 2010, *Comunicazione e Potere*, Università Bocconi Editore, Milano *Ibidem*, p. 379

Le trasformazioni in atto, sia economiche che politiche hanno dato vita a dei mutamenti sostanziali. Se si pensa alla politica, ad esempio, si assiste a un mutamento nelle sue linee di funzionamento che si possono riassumere nei due volti della dialettica: l'uno prende in considerazione gli entusiasti della rivoluzione digitale capace di sviluppare un *nuovo modello di relazione* tra i cittadini e le istituzioni al fine di un *nuovo modello di democrazia* (o meglio di *e-democracy*)⁹⁶, di contro uno opposto costituito da quanti individuano in questo nuovo modello proposto dalla politica importanti rischi inconsapevolmente inevitabili. Si pensi ad esempio alla soluzione adottata dall'Islanda dopo che il movimento di indignazione, nato nel 2008 dal cantante Hörður Torfason e amplificato da Internet, a causa del collasso finanziario e della profonda crisi politica, ha dato avvio ad una riforma costituzionale fatta con la partecipazione dei cittadini⁹⁷. Così che nel novembre del 2010 è stato creato un comitato di venticinque cittadini per supervisionare il processo costituzionale. Le riunioni del comitato vengono trasmesse in *streaming* su Facebook. Nel 2011, usando i social network, migliaia di persone hanno presentato le loro proposte. Sono stati estratti a sorte 950 cittadini per discutere gli aspetti principali della costituzione e informare in tempo reale della discussione su Twitter. A luglio è stata approvata una bozza da sottoporre a referendum. Molti non credono che la soluzione islandese sia applicabile ad altri contesti. Soprattutto per quei rischi che gli scettici individuano nella possibilità di una *società del controllo*. Rischi che possono emergere nel momento in cui il nuovo modello di democrazia non venga governato in modo consapevole. Una società in cui i poteri centrali potrebbero, sfruttando le nuove tecnologie, divenire simili a quel "Grande Fratello" immaginato nel romanzo "1984" da George Orwell⁹⁸. Istituzioni alla deriva in cui la democrazia, le città, i tribunali, le scuole hanno perso la loro

⁹⁶ *e-democracy* nel senso di democrazia digitale o democrazia elettronica sta qui ad indicare le forme di partecipazione diretta alla politica attraverso le nuove tecnologie della comunicazione.

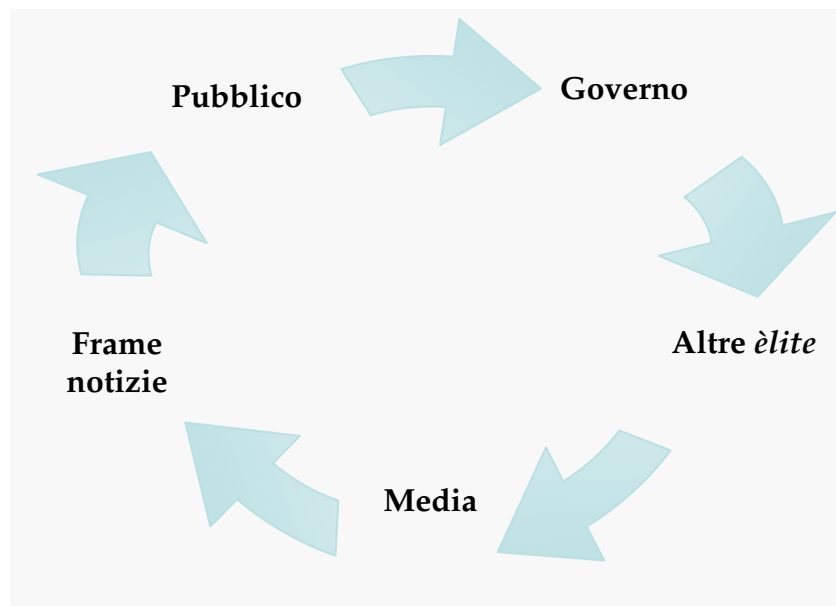
⁹⁷ L'Islanda era diventata il paradigma di una crescita basata sulla speculazione finanziaria. Nel 2007 era il quinto Paese del mondo per reddito pro capite, una ricchezza generata dall'espansione di un settore finanziario dominato da tre grandi banche, che avevano alimentato con un credito facile l'aumento della domanda interna e avevano gonfiato il loro capitale usando azioni di una banca per comprare quelle delle altre e aumentarne il valore. Nel 2007 il patrimonio bancario equivaleva all'800 per cento del Pil. Per nascondere i maneggi le banche avevano creato delle aziende in paradisi fiscali, usando i loro capitali gonfiati come garanzia per chiedere altri prestiti internazionali. Non sono riuscite a farla franca, e nel 2006 l'agenzia di rating Fitch ha declassato l'Islanda, provocando una minicrisi. Le banche hanno scelto la fuga in avanti: hanno creato dei conti online ad alto rendimento (Icesave) e li hanno pubblicizzati in Inghilterra e nei Paesi Bassi. Era un classico schema piramidale: quello che incassavano dagli uni serviva a pagare gli altri. Si scambiavano titoli di debito tra loro, usandoli come garanzia per ottenere prestiti. Nell'aprile del 2008 il Fondo monetario internazionale ha detto al governo islandese di controllare le sue banche. La risposta è stata chiedere nuovi prestiti internazionali. A settembre la Banca centrale ha comprato il 75 per cento delle azioni della banca Glitnir. A quel punto è crollata la fiducia nel sistema finanziario: nell'ottobre del 2008 il valore delle azioni e degli immobili è precipitato, e in molti sono rimasti senza risparmi e senza lavoro. Le banche sono fallite. Sembrava un vicolo cieco. Ma a quel punto sono intervenuti i cittadini. In migliaia si sono uniti a Torfason occupando la piazza Austurvöllur di Reykjavik nel gennaio del 2009. La protesta è proseguita per giorni, portando allo scioglimento del Parlamento e a nuove elezioni.

⁹⁸ "1984" è il romanzo di George Orwell scritto nel 1948 (seppur pubblicato nel 1949) in cui si descrive una società indesiderabile sotto vari punti di vista, lì dove l'autore immagina un futuro prossimo, il 1984 appunto, in cui il mondo sarà diviso in tre grandi potenze totalitarie perennemente in guerra fra loro e che sfruttano lo stato di guerra perenne proprio per mantenere il controllo sulla società.

definizione e si sono oramai sbriciolate sotto l'occhio di classi dirigenti che vogliono durare ma non dirigere, perché questo significherebbe governare e decidere.

Ma accanto alla debolezza delle istituzioni politiche nel mettere in campo efficaci programmazioni, molti sentono la necessità di ritrovarsi e riconquistare la propria identità in movimenti collettivi e sociali. E' questo il caso di quanto è avvenuto ad esempio in Tunisia da parte di movimenti spontanei nati per rovesciare il dittatore tunisino Ben Ali, frutto di una ribellione che prende vita da una spinta collettiva ma priva di una strategia centrale, che si nutre solo dell'indignazione di migliaia di giovani disposti a rischiare la loro vita, dopo aver assistito alla morte del giovane ambulante Mohamed Bouazizi che si è dato fuoco nella città di Sidi Bouzid per protestare contro l'umiliazione quotidiana a cui era sottoposto dalla polizia locale. Molti i giovani che si sono riconosciuti in questo gesto, il suicidio per salvare la dignità, in un Paese in cui la disoccupazione giovanile supera il 40 per cento. Quando la polizia ha occupato Sidi Bouzid la rivolta si è estesa ad altre città arrivando fino a Tunisi. E quando, dopo 72 morti, l'esercito riceve l'ordine di aprire il fuoco, i comandanti si rifiutano di farlo schierandosi contro la polizia politica. Man mano che la ribellione si diffondeva, il movimento si amplifica fino a che i mezzi di comunicazione indipendenti, Al Jazeera *in primis*, che il pubblico ha preferito all'ambigua propaganda ufficiale, informano e ritrasmettono le immagini e i messaggi pubblicati dai dimostranti principalmente caricando le immagini su YouTube e poi su Twitter e Facebook, attivando sms, fino a costruire un sistema di comunicazione e organizzazione privo di centro e di leader che funziona in modo molto efficace, travolgendo censura e repressione. Portando alla ribalta la centralità dei soggetti che cercano di dare senso e valore al disordinato e instabile universo della modernità⁹⁹.

⁹⁹ Per Touraine, così come per Simmel, gli oggetti di studio della sociologia sono *le relazioni e le azioni* a partire dalle quali la società assume la sua forma storica. «Il senso di un'azione non si riduce né all'adattamento dell'attore a un sistema più o meno istituzionalizzato di norme sociali, né alle operazioni dello spirito che ogni attività manifesta» Cfr. A. Touraine, 1965, *Sociologie de l'action*, Editions du Seuil, Paris. Per il sociologo francese l'attore è "il movimento sociale" in quanto sono questi ad agire e a produrre l'innovazione anziché riprodurre la società. Infondo nella cultura settecentesca parlare di "individui" significò soprattutto affermare il principio dell'uguaglianza naturale di tutti gli uomini. Diffondendosi a quei tempi un'istanza critica contro la cultura feudale e aristocratica che tendeva in genere a riconoscere differenze essenziali fra gli uomini in base alla nascita. Così che un signore poggiava, ad esempio, su una scala sociale più elevata di un servo. Solo nell'Ottocento, poi, si diffonde l'idea che gli uomini siano di fatto tutti uguali di fronte al diritto e dissimili solo in relazione alla loro intimità. Definendo l'importante idea secondo cui il compito etico di ogni individuo è di realizzare ed esprimere la propria unicità. Da qui gli studi del sociologo tedesco Georg Simmel si rendono fondamentali. Simmel individua un certo dissidio tra l'individuo e la collettività. (Simmel è il primo dei padri della sociologia a porre l'individuo al centro degli studi delle scienze sociali). Dissidio astratto che se da un lato la collettività richiede al singolo di coordinarsi con gli altri per l'espletamento di certi compiti per la sopravvivenza, dall'altro lato ogni individuo può ritenere che il proprio fine non sia solo quello di cooperare per la sopravvivenza della società o del benessere generale, ma obiettivo principale è quello di realizzare se stesso al di là di ciò che la società potrebbe aspettarsi da lui. Cfr. G. Simmel, 1918, *Il conflitto della cultura moderna*, trad. it., Id., 1976, *Il conflitto della cultura moderna e altri saggi*, Bulzoni, Roma



Entman, 2004, p.10

Individui-attori, produttori/consumatori di contenuto, cittadini-consumatori nella loro idealtipizzazione, che in modo responsabile cercano di esprimere le proprie istanze aderendo individualmente a movimenti culturali a causa delle lotte innescate dai conflitti sociali per il perseguimento dei diritti dell'uomo. Lì dove i controlli dei sistemi sociali, culturali e politici, stabiliti da famiglie, scuole, stati e chiese, appaiono sempre più deboli e frammentati. Di fronte alle conseguenze di un modello economico-finanziario incosciente, per cui a contare è stato il rapporto PIL/benessere¹⁰⁰ come indicatore utile per migliorare la nostra vita, ad un evidente ed eccessivo sbilanciamento tra accumulazione della ricchezza e distribuzione delle risorse, e alla debolezza delle istituzioni politiche nel mettere in campo efficaci programmazioni, molti sentono la necessità di ritrovarsi e riconquistare la propria identità nei movimenti collettivi e sociali. Come è stato per i recenti movimenti della Primavera Araba, ai meno felici movimenti razziali che hanno preso avvio in Europa in seguito alle migrazioni internazionali e che interessano ogni Paese. Per ritornare a ritroso con la memoria sino ai movimenti nell'Europa sovietica del passato che catturavano al tempo stesso idee politiche sociali ed economiche.

Se “alla fine dell'Ottocento i sociologi ci hanno insegnato che eravamo passati dalla comunità chiusa nella sua identità alla società, l'evoluzione che

¹⁰⁰ Tra gli obiettivi ultimi dell'UE dal nome Europa 2020, il PIL (prodotto interno lordo) utilizzato per molti versi come indicatore di soddisfazione e crescita delle nazioni non è più ritenuto un indicatore affidabile. La nuova strategia dell'UE, nel definire gli obiettivi di crescita – sviluppo e sostenibilità per il 2020, prevede la necessità di un agire collettivo come punto fondamentale, ponendo un forte accento sull'importanza dello strumento *partnership* tra gli Stati, ma anche tra Stati ed altri soggetti (associazioni, università, imprese...). Attori il cui fine sarà il perseguimento di una crescita intelligente, in tal caso un'economia basata sulla conoscenza e sull'innovazione. Una crescita sostenibile per cui promuovere un'economia più efficiente sotto il profilo delle risorse, più verde e più competitiva. Una crescita inclusiva per un'economia con un alto tasso di occupazione che favorisca la coesione economica, sociale e territoriale.

stiamo vivendo è quasi opposta” ci dice Alain Touraine (1993, 1998). “Dalle rovine delle società moderne e delle loro istituzioni escono, da un lato, circuiti globali di produzione, consumo e comunicazione e, dall’altro, un ritorno alla comunità”. Ciò a intendere che seppur il mondo è divenuto un “villaggio” in cui si vive, grazie anche alle tecnologie della comunicazione, in una qualche misura più insieme su tutto il pianeta, allo stesso tempo si rafforzano e moltiplicano la formazione di “gruppi identitari” (sette, culti, nazionalismi) in cui poter condividere storia e credenze, rifiutando il più delle volte chi è diverso dal gruppo. Come nel caso dei movimenti xenofobi nati contro le migrazioni internazionali e che hanno coinvolto l’intero pianeta. Nei movimenti culturali ad assumere importanza diviene l’orientamento della *storicità* (intesa quest’ultima come l’“insieme di modelli culturali, cognitivi, economici, etici) attraverso i quali una collettività costruisce le proprie relazioni con l’ambiente. Fine che viene giocato attraverso quei conflitti sociali per perseguire obiettivi specifici e concreti. Così che i diritti sociali divengono il *live motive* delle lotte contemporanee. E se anche i conflitti si pongono sul piano immateriale dell’astrattezza perseguendo valori culturali e visioni del mondo, gli obiettivi che i movimenti vogliono raggiungere sono costituiti da contenuti di certo materiali. Al centro delle lotte dei movimenti ci sono i diritti civili e morali che il sistema politico, tanto locale quanto globale, non è più in grado di attuare. Da qui la necessità non più di essere riconosciuti in quanto membri di una società ma che vengano riconosciuti i diritti dell’uomo. I movimenti “culturali” si appellano alla coscienza degli individui e sostengono la volontà di essere i soggetti della propria esistenza, a livello personale e collettivo. La novità risiede proprio nei movimenti culturali in grado di “orientare” l’economia e, come sottolineato anche da Touraine (1998, 1997, 1993), non esiste soluzione economica che non debba passare attraverso questi movimenti e le istanze che rappresentano. Le loro battaglie si dimostrano l’unico modo per evitare che la caduta del sistema attuale si dimostri rovinosa, e allo stesso tempo gettano le basi nella realizzazione di un nuovo modello, in grado di non sottomettere più la cultura e la società all’autodistruttiva accumulazione capitalistica.

4.2 Individualizzazione e razionalità: nell’era della riflessività

Non si può non pensare oggi ad una complessità così radicale e inarrestabile dei sistemi sociali dettata da un’attenta riflessione. Di fondo si tratteggia una realtà, o meglio una società, la nostra, riflessiva, che si è (o tenta di) evolversi da quelle società complesse, postmoderne o tardo moderne che si distinguono a loro volta dalle precedenti società semplici (tradizionali) e moderne (industriali), di fronte alle quali la riflessione sociologica ha dovuto soffermarsi, soprattutto da quando sono mutati non solo i vecchi confini ma si sono anche moltiplicati i flussi comunicativi, che hanno spinto ad una nuova rappresentazione della società. Tanto che se è vero che per vivere in un siffatto ambiente, si debba gestire un volume informativo sempre più in crescita, per non essere esclusi dalla vita sociale, è anche vero che l’eccesso di offerta

comunicativa/informativa è superiore alla possibilità di attualizzazione del soggetto. In tale panorama si deve ben tenere presente che le risposte univoche ad un problema non esistono più, esistono invece un mondo di possibili altrimenti, da definirsi anche come contingenza strutturata. In questo processo in cui le reti comunicative del linguaggio artificiale amplificano progressivamente e inesorabilmente a quelle del linguaggio naturale, dove il sapere scientifico delinea nuove forme narrative, differenti da quelle precedenti. Così che la complessità si complessifica ulteriormente, dando vita all'ipercomplessità intesa come la tendenza "naturale" delle società avanzate contemporanee, tanto da creare un'identità fra sistema sociale e rete di comunicazione o anche fra relazioni sociali e sistemi di comunicazione/informazione. Viene allora da chiedersi cos'è che scompare e cosa si sta formando nella non lineare e globale modernità con un "punto di vista cosmopolito" (Kant, 1985). Nel paradosso di ciò che per molti appare un declino o una crisi rappresenta per altri una svolta significativa. Così che accanto al declino della società industriale in Europa segue di pari passo la diffusione dell'immagine di un mondo in crescita senza limiti, la fiducia nel progresso tecnico come la natura contrapposta della società, per molti, da porre in dubbio. Accanto alle insicurezze dello stato sociale si rincorrono le minacce di quelli che abbiamo visto essere i "rischi ambientali", con effetti sulla salute e la vita, oltre che la perdita di certezza nel progresso e nella tecnica. I processi di individualizzazione vanno di pari passo con quelli di globalizzazione. Di fatto noi siamo, per Giddens, "la prima generazione che vive in un ordinamento post-tradizionale di dimensione cosmopolita" (Beck, Giddens, Lash, 1999). Questo vuol dire anche che le vecchie linee di demarcazione che delimitavano il pubblico dal privato non sono più così evidenti. Le teorie sulla modernità non solo richiamano l'esigenza di un chiarimento anche contro se stesse la cui sfida è di sfidare un mondo di "analogia globale"¹⁰¹. Dove accanto a quanti entrano ed escono indisturbati dai nuovi strumenti tecnologici ce ne sono altri che non sanno o non possono usare tali mezzi. Si assiste così ad un'autotrasformazione della società industriale, ragionando ora non più sui parametri di una tardo modernità o post-modernità ma in seno a una modernizzazione riflessiva, poiché accanto ad una prima *modernità* ne segue un'altra, una *seconda* ove le semantiche ma anche le società industriali degli Stati-nazione sono trasformate, modificate (ad esempio da processi di individualizzazione a quelli di globalizzazione) non sempre in modo consapevole e voluto ma "non riflettuto, non voluto, con la sola forza delle conseguenze secondarie nascoste" (Beck, Giddens, Lash, 1999, p. 35). Le conseguenze secondarie dei rischi che si legano al processo di globalizzazione hanno da tempo messo in agitazione i cittadini. Costituendosi in quelli che Giddens definisce "gruppi fai da te" per agire condividendo gruppi di interesse o aprendo nuove e importanti battaglie che coinvolgono gli interessi di tutti. Agitazioni che trovano spessore nell'eco messo a disposizione dalle nuove tecnologie della comunicazione e principalmente dal web 2.0. Un'evoluzione della modernità che da semplice è diventata riflessiva e che si concretizza in una radicalizzazione di alcuni aspetti che caratterizzavano la prima.

¹⁰¹ Il concetto analogia è quello dettato nel suo trattato "La democrazia in America" Alexis Tocqueville, intendendo con ciò il contrario di diversità nello sviluppo di differenze tra persone e culture.

Una modernità che è contraddistinta dagli effetti sociali dei rischi provocati dall'opera dell'uomo. Assistendo a un aumento dell'individualizzazione, a un cambiamento delle alleanze negli assetti sociali. Determinati oggi principalmente dal conflitto per la distribuzione dei mali (inquinamento, pericolo) che per la spartizione di beni. A cui si aggiunge una crisi del diritto esclusivo della conoscenza tecnico-scientifica nella valutazione dei rischi. Così mentre la nuova fase della modernità è fortemente caratterizzata da rischi scaturiti da azioni intenzionali, le cui conseguenze non è stato possibile prevedere in nessun modo (Beck, 1999), la nuova fase storica che stiamo vivendo è da ritenersi espressione della società post-tradizionale, caratterizzata da un aumento della riflessività individuale e amplificata da fenomeni come il processo di globalizzazione (Giddens, 1999). E' in tale fase che si aprono nuove e interessanti soluzioni alle nuove crisi attraverso l'accentuazione della riflessività individuale e principalmente istituzionale, intesa come una crescita della discussione pubblica sulle problematiche da affrontare (Beck, Giddens, Lash, 1999). In particolare per Giddens vi è l'esistenza delle condizioni per un'espansione della democrazia dialogica che si fonda sulla fiducia attiva degli attori sociali a vari livelli: dalle relazioni interpersonali alla società civile, dalla sfera politica locale alle relazioni transnazionali. Di certo ad essere al centro del dibattito sulla modernità vi è la problematica ambientale, ciò perché la crisi ambientale è stata il primo eclatante fenomeno che ha sollevato l'impossibilità di comprendere le nuove sfide attraverso le tradizionali categorie sociologiche. A cui si aggiunge la difficoltà di risoluzione delle problematiche emergenti per mezzo delle consuete modalità. Tanto che oggi la questione ambientale si offre come arena privilegiata per la sperimentazione di nuove espressioni di discussione pubblica e di strumenti decisionali. La teoria della modernizzazione riflessiva ha suscitato nel tempo posizioni contrastanti. Nodi concettuali su cui comporre le riflessioni si rivolgono a problemi legati alla partecipazione delle aggregazioni sociali più deboli ai processi decisionali. Oltre che al ruolo rivestito dalla conoscenza scientifica e profana all'interno del processo, all'incidenza delle azioni deliberate dagli attori coinvolti. Benton (2002) rimprovera ad esempio ai sostenitori della teoria della modernizzazione riflessiva di non considerare a sufficienza le pressioni esercitate dagli interessi economici sulla politica, rendendo inconsistenti i tentativi di regolarizzazione del sistema e in futuro inefficaci i risultati ottenuti con i processi partecipati. Benton non ritiene inoltre che siano da intendersi superati le questioni di appartenenza di classe a causa del fatto che questa è ancora presente lì dove il degrado ambientale colpisce primariamente i soggetti deboli come i lavoratori che si vedono costretti a operare in ambienti insalubri, residenti in aree contigue ai siti di imprese a rischio o comunità che vivono sui territori minacciati dai cambiamenti climatici, che non possiedono sufficiente voce per emergere a livello di società civile e si ritrovano oggi ad essere privi dei tradizionali riferimenti politici. Lì dove, ancora per Benton, la teoria sulla modernizzazione riflessiva riguarda la presunta etnocentricità incapace di spiegare le realtà sociali a livello globale. Alle critiche di Benton si sommano quelle di McKechnie e Welsh (2002), che seppur con riferimento all'ambiente, pongono in primo piano la conoscenza come elemento importante all'interno dell'elaborazione delle politiche. Concentrandosi sul concetto di "distanza sociale" e criticando il ruolo centrale destinato dalla

modernizzazione riflessiva al sapere scientifico. Per i due studiosi si incorrerebbe così nell'emarginazione di numerose tipologie di soggetti sociali dalla discussione pubblica. Tanto che il concetto di riflessività si dovrebbe aprire ad elementi non propriamente razionali e deviare in relazione agli ambiti locali analizzati, prendendo in dovuta considerazione particolarità culturali e sociali. I due studiosi, ripercorrendo il pensiero di Melucci (1996), portano in primo piano le istanze portate avanti dai "nuovi movimenti sociali" che non possono essere tradotte e assorbite, per questi due studiosi, nel dibattito proposto da Beck e Giddens.

Pur tuttavia sembra che Beck risponda da solo alle critiche lì dove identifica la modernizzazione riflessiva come un passaggio da una prima a una seconda modernità e considera il ruolo della sociologia all'interno di questo passaggio¹⁰². Qui la società è riflessiva perché diviene tema e problema per se stessa: la percezione di pericoli globali stabilisce anche reciprocità globali e, come conseguenza, cominciano a prendere forma i contorni di una potenziale sfera pubblica mondiale. Inoltre la percezione di meccanismi interni che possono costituire un'auto-minaccia globale della stessa civiltà che li ha prodotti, produce effetti che, da un lato, la politica degli Stati può orientare verso lo sviluppo di istituzioni che cooperino su scala internazionale ma, dall'altro, possono ridurre e accantonare lo spazio del confronto politico tradizionale a favore di nuovi soggetti forti (come ad esempio le multinazionali), che tendono a relativizzare o circoscrivere le coordinate e le coalizioni degli Stati-Nazione. Dunque le teorie sociologiche postmoderne e la modernizzazione riflessiva si distinguono da quelle della modernità semplice (come funzionalismo e marxismo) perché affrontano una realtà sotto diverse prospettive:

1. la classe come presupposto culturale viene sostituita dall'individuo;
2. la stessa differenziazione sociale diventa un problema;
3. la razionalità ha un significato sia descrittivo che normativo.

Per il sociologo tedesco, se le teorie della modernità classica tendono a identificare società industriale e società moderna, nelle teorie della modernizzazione riflessiva quest'identificazione non è concepibile. Vi è, infatti, una dimensione di "contromodernità", ovvero di fenomeni determinati dalla modernizzazione stessa che però sono altamente destabilizzanti (ad esempio totalitarismi, tecnologie genetiche, ed altre), di cui si deve tener conto. Tanto che le società moderne riflessive sono chiamate a confrontarsi con i temi della democrazia riflessiva, politicizzazione della razionalizzazione, individualizzazione.

Nella democrazia riflessiva, i principi democratici sono fortemente messi in questione da movimenti sociali sia interni sia esterni alle istituzioni. *La*

¹⁰² Si può leggere ad esempio in Donati che la riflessività, moderna "coscienza infelice", sembra diventare solo un'auto-descrizione della crisi cui va incontro la modernità, se non si applica alle relazioni sociali non restando prigioniera della soggettività individuale e dei meccanismi sistemici. Cfr. P. Donati, 2011, *Sociologia della riflessività. Come si entra nel dopo-moderno*, il Mulino, Bologna

democrazia riflessiva non deve configurarsi solo in senso verticale, nei rapporti degli individui con il potere, ma anche in senso orizzontale, come pratica che pervade tutte le sfere dell'agire (ad esempio famiglia, lavoro, et al). Lì dove la già descritta politicizzazione della razionalizzazione, intendo con ciò la condizione per cui sfera politica ed economica sono nella società attuale doppiamente permeabili: da una parte i processi di razionalizzazione non sono più interpretabili come interni solo all'economia, dall'altra parte, le regole stesse della razionalizzazione diventano oggetto di conflitti e decisioni. Qui l'individualizzazione diviene trappola della povertà che è il riflesso negativo dell'organizzazione di istruzione e istituzioni, che sono finalizzate a creare conoscenza, lavoro, sicurezza, abitazione e chi non accede all'istruzione e alle istituzioni non riesce a ottenere lavoro, non può costruire una famiglia e avere una casa ed altro ancora. Valutazioni che non possono esimere dal credere ad un'inevitabile ricorso, ad invenzioni sociali e sperimentazione politica attraverso una sorta di nuova Riforma o di una rivitalizzazione dell'Illuminismo, della ragione e della critica, in tutte le istituzioni dello Stato e del mercato. Così che accanto all'erosione del modello che ha caratterizzato la moderna società industriale si è assistito alla nascita di nuove strutture e orientamenti a cui riferirsi evitando però di affrontarli nell'orizzonte delle vecchie categorie. Prendendo "consapevolezza dell'auto-trasformazione della società industriale", alla luce di una "modernizzazione riflessiva"¹⁰³ in cui le "conseguenze secondarie" (più o meno latenti) sono identificate sì in rischi e pericoli, ma anche in individualizzazione e globalizzazione¹⁰⁴.

In questa fase si insinua per Beck (2001) quella "democrazia riflessiva" tipica della seconda modernità, in cui i principi basilari della democrazia vengono messi in discussione sia da gruppi che vogliono "democratizzare" la democrazia (si pensi ad esempio al movimento femminista, movimento ecologista), sia da gruppi che hanno come programma una "de-democratizzazione" (movimenti che di fronte ai nuovi problemi sociali auspicano una limitazione delle libertà individuali per avere in cambio maggiore sicurezza¹⁰⁵). Viene posta l'esigenza

¹⁰³ Nei processi sociali, economici e politici del "mondo post-tradizionale e cosmopolitico" in cui viviamo, come lo definisce il sociologo Giddens, seguendo la grande tradizione sociologica che da Tocqueville a Schumpeter si interrogava sui caratteri e sulle conseguenze della modernità, Beck individua nell'epoca contemporanea i tratti di una "seconda modernità". Se da una parte, quest'ultima, porta a compimento alcuni dei processi iniziati nella "prima modernità", dall'altra tende a radicalizzare tali processi fino a metterne in discussione le premesse stesse. Per questo la "seconda modernità" viene definita da Beck anche "modernità riflessiva". Cercando con essa di formulare, lì dove si avvisa una caduta dei valori, una proposta per la costruzione di una teoria e di un agire politici in grado di ricostruire il legame sociale nelle contemporanee "società individualizzate". Muovendo dalla riflessione di Tocqueville, Beck indica nell'esercizio della libertà politica e "nell'arte della libera associazione" gli strumenti idonei alla formazione di società democratiche in grado di sopportare il conflitto. Cfr. U. Beck, 2001, *I rischi della libertà. L'individuo nell'epoca della globalizzazione*, il Mulino, Bologna, in <http://www.juragentium.unifi.it/books/it/beck.htm> (rivista di filosofia del diritto internazionale e della politica globale).

¹⁰⁴ Cfr. U. Beck, 2001, *I rischi della libertà. L'individuo nell'epoca della globalizzazione*, il Mulino, Bologna

¹⁰⁵ Si pensi in tal caso alla "difesa del luogo", vista come condizione necessaria della sicurezza nel suo complesso è un esempio della limitazione delle libertà individuali, quando la sicurezza diviene una questione da risolvere a livello di comunità. Laddove lo Stato ha fallito riuscirà la comunità, la comunità locale, ci dice Bauman, la comunità "materiale", fisicamente tangibile, una comunità impersonificata in

di una forma di Stato (kantiano), che “non deriva da un’unità, ottenuta, ad esempio con la regola della maggioranza, ma da un’ineliminabile molteplicità”, una forma statale in cui “è normale il dissenso non il consenso”¹⁰⁶. A rimarcare quella repubblica cosmopolita kantiana guidata da tre inalienabili principi di libertà: libertà di tutti i cittadini, l’uguaglianza delle persone in quanto soggetti, l’indipendenza di ciascuno membro della collettività in quanto cittadino politico (Beck, 2001). Passando alla dimensione individuale, si può dire che ci si trova a scegliere tra molte alternative senza alcuna indicazione sociale o di altro tipo per cui ogni decisione è riservata all’individuo, spetta al singolo scrivere la propria storia, ma l’insicurezza che accompagna la scelta porta a cambiare spesso direzione di marcia. Si segue la moda, si cambiano professioni, residenza e compagni di vita, la decisione presa è sempre legata alla situazione e si desidera poterla rivedere e correggere in qualunque momento. Le alternative potenzialmente a disposizione non si conoscono tutte (e non sono neppure conoscibili in modo completo ed esauriente): la scelta viene formulata, il più delle volte, seguendo il metodo della prova e dell’errore, attraverso una lunga serie di tentativi. Anche se l’esito della scelta sarà stato soddisfacente si ha la percezione che una diversa decisione avrebbe potuto condurre a migliori risultati, perciò resta la tentazione di nuove esperienze. Nelle epoche passate i valori di riferimento erano universali, oggi si è di fronte ad una molteplicità di orientamenti, ad una pluralizzazione di modi di vita tra cui è necessario scegliere continuamente. In passato non era facile fare scelte personali, sia nella vita privata che in quella lavorativa: il sistema socio-culturale scandiva le tappe della vita, da quella familiare a quella sociale e religiosa. Oggi questa forma di tutela si va dissolvendo. Ci si aspetta che siano le persone a prendere in mano la propria vita. La modernità ha reso libero l’individuo, abbandonandolo a se stesso. Di fronte a questa situazione ci si pone un interrogativo: “Che cosa ce ne facciamo della libertà, se il mondo ci fa paura?”. Nell’ultimo decennio si è acuitizzato nel mondo occidentale il senso di incertezza per il venir meno di importanti garanzie: l’individuo deve pensare da sé al futuro, preoccuparsi delle proprie opportunità di lavoro, della formazione dei figli e della sicurezza nella vecchiaia. La sua visione del mondo è mutevole e il mondo gli appare sempre più labile, provvisorio, relativo, perché non ha e non lascia trasparire una struttura unitaria dotata di senso ed è costretto ad adattarsi. In questo quadro, è evidente che l’individuo, quando diventa il centro e l’ultima misura del mondo, ha bisogno di essere illuminato come mai ne aveva avuto bisogno in precedenza: la riflessione sull’esperienza personale e la ricerca dell’interiorità diventano necessarie per mantenere equilibrio psichico e operatività quotidiana. Di qui nasce la necessità improrogabile di ripensare al processo educativo e formativo sia delle nuove generazioni che degli attuali adulti, in un ottica di

un territorio abitato dai propri membri e da nessun altro (nessuno che “non faccia parte di noi”), a proiettare il senso di “sicurezza” che il mondo, nel suo complesso, cospirerebbe a distruggere. In tale contesto la cultura, avvisa ancora Bauman, diviene “sinonimo di fortezza assediata” in quell’idea di “tolleranza culturale”. Cfr. Z. Bauman, 2003, *Voglia di comunità*, Laterza, Bari-Roma

¹⁰⁶ Cfr. U. Beck, A. Giddens, S. Lash, 1999, *Modernizzazione riflessiva*, Asterios, Trieste, p.74. Un aspetto che Beck chiama “politicizzazione della razionalizzazione” intendendo la condizione per cui sfera politica ed economica sono nella società attuale doppiamente permeabili: da una parte i processi di razionalizzazione non sono più interpretabili come insiti solo all’economia, dall’altra parte, le regole stesse della razionalizzazione diventano oggetto di conflitti e decisioni.

formazione permanente. Importante ai fini della comprensione di questo ultimo punto è il pensiero di Marshall, secondo il quale è l'istruzione a rivestire un'influenza diretta sullo *status* di cittadino/cittadinanza. Diremo più avanti la *cultura*. Attraverso l'istruzione e l'educazione di tutti i bambini, lo Stato può promuovere la formazione del futuro cittadino, essendo il diritto all'istruzione un diritto sociale naturale, legato a quello di cittadinanza, che non si conclude semplicemente con il diritto del bambino di frequentare la scuola, ma come diritto del cittadino adulto di aver potuto godere di una educazione e perciò di poter partecipare in maniera più ampia ai diritti di cittadinanza sociali¹⁰⁷. Così che, chi non riesce ad accedere all'istruzione e alle istituzioni, non solo non ottiene un lavoro, ma si dimostra incapace ad esempio di costruire una famiglia, avere una casa o altro ancora. Evoluzioni di una realtà che per il sociologo tedesco possono essere risolte solo nella ricerca e attraverso l'azione di nuove invenzioni sociali, frutto magari di sperimentazioni politiche che possono costituire quella sorta di nuova Riforma o comunque una rivitalizzazione dell'Illuminismo in tutte le istituzioni dello Stato e del mercato (Beck, 2009). Così da arginare l'esistente subordinazione individuale ad istituzioni che agiscono in modo negativo nella "moderna biografia che (...) è stata spesso paragonata a una marionetta appesa al filo delle regole burocratiche. Ora diventa chiaro che la contro-esistenza di queste marionette che hanno i fili tagliati costringe ad una vita extra-civilizzatrice e contro-civilizzatrice nella civiltà"¹⁰⁸. *Riforma* dunque come "alternativa di principio" di quelle che sono le istituzioni esistenti, comprendendo in essa anche le abitudini di comportamento della sfera privata, "radicalizzazione della modernità contro i limiti che le sono stati imposti dalla società industriale"¹⁰⁹ (Beck, 2009).

In quel *continuum*, inteso come equilibrio tra tradizione e modernità, alterato, per Giddens, "dai due processi gemelli della globalizzazione e di scavo della maggior parte dei contesti generali d'azione"¹¹⁰ dove gli eventi locali sono

¹⁰⁷ Marshall distingue idealmente tre tipi di diritti di cittadinanza: civile, politica e sociale. Se i primi, i diritti civili, ricadono nella sfera individuale quali, ad esempio, libertà di parola, della persona, di pensiero e religione; i diritti sociali sono da riferirsi al minimo garantito di welfare e sicurezza economica, per il diritto ad una vita secondo standard prevalenti. Due diritti garantiti principalmente dal sistema educativo e dai servizi sociali. Il diritto di cittadinanza politica è, per Marshall, da riferire al diritto alla partecipazione ed alla gestione del potere politico (sia come membri di un organismo in possesso di autorità politica (partito), che come elettori. Il diritto di elettore è importante proprio perché costituisce il presupposto per l'esercizio degli altri diritti. Cfr. Pichler E., (Paper), *Migrazione, diritti di cittadinanza e partecipazione politica: Il caso degli Italiani di Germania*, Berlin, in <http://www.studielettorali.it/convegni/2006/papers/Pichler.pdf>

¹⁰⁸ Cfr. U. Beck, A. Giddens, S. Lash, 1999, *Modernizzazione riflessiva*, Asterios, Trieste, p. 86

¹⁰⁹ *Ibidem*, p. 92

¹¹⁰ Per Giddens, invece, la "modernizzazione riflessiva (...) rimanda al concetto di tradizione. La tradizione, intesa come il collante degli ordini sociali premoderni, è un orientamento del passato. Entro una società tradizionale, la tradizione ha un ruolo rilevante, che è tanto più rilevante quanto meno la tradizione è compresa come tale. Ora, esiste un legame specifico tra la tradizione e la modernità. Le istituzioni moderne, nel loro stadio iniziale, non solo dipendevano dalle tradizioni preesistenti, ma ne creavano anche delle nuove. Giddens ritiene che la società globale sia la prima forma di società post-tradizionale, poiché in essa si pone fine allo stato, definito "segmentale", di numerose enclaves di tradizionalismo. Tuttavia, in questa fase, paradossalmente, le tradizioni non scompaiono del tutto. La società globale, infatti, determina possibili modi di risoluzione dei conflitti di valori tra individui e

modellati sulla base di altri che possono accadere a migliaia di chilometri di distanza¹¹¹. Una “ri-modellizzazione” della vita locale attraverso l’assorbimento di influenze lontane che hanno tendenze universalizzanti¹¹². Tendenze di una globalizzazione che hanno un impatto “a casa propria”, così che l’indebolimento del senso di appartenenza alla comunità nazionale, corrisponde al rafforzamento di una identità globale, la cui costruzione sarebbe essenzialmente favorita dai media elettronici (Giddens, 1994). E’ proprio lo sviluppo di relazioni sociali a ridimensionare il sentimento nazionalistico e simultaneamente a favorire la rinascita dei particolarismi regionali e locali. Ripensare dunque la modernità mette in atto nuovi approcci di analisi, principalmente quando si fa riferimento ai *new media*, che non dipendono più dalle teorie sulla società di massa ma passano dalla lente di teorie postindustriali e postmoderne sulla società (Castells, 2010). Entro una tradizione che ricopre un ruolo che è tanto più rilevante quanto meno la tradizione è compresa come tale. Ora, esiste un legame specifico tra la tradizione e la modernità. Le istituzioni moderne nel loro stadio iniziale non solo dipendevano dalle tradizioni preesistenti, ma ne creavano anche delle nuove. Giddens ritiene che la società globale sia la prima forma di società post-tradizionale, poiché in essa si pone fine allo Stato, definito “segmentale”, di numerose enclaves di tradizionalismo. Tuttavia, in questa fase, paradossalmente, le tradizioni non scompaiono del tutto. La società globale, infatti, determina possibili modi di risoluzione dei conflitti di valori tra individui e collettività: radicamento della tradizione, separazione dall’altro ostile, discorso, violenza e coazione.

Una modernità in cui le opportunità di vita, nelle questioni di posizione e accesso, non sono tese più al capitale produttivo ma, come emerge anche in Lash, nelle nuove strutture di informazione e comunicazione (Beck, Giddens e Lash, 1999). In quelle che Beck (2009) definisce come “reti cibernetiche, una terza entità, che acquistano lo *status* precario e ibrido di una sub-politica, nella quale la portata dei cambiamenti sociali varia in rapporto inversamente proporzionale alla loro legittimazione”. Ciò a dire che Beck rende coscienza di una visione critica della rete a cui inoltre si riconosce una connotazione politica, pur rimanendo una struttura atipica di legittimazione, così da non essere/o/essere politica ma appunto una “terza entità”: un’azione guidata dall’economia per perseguire degli interessi. Reti digitali capaci, ad ogni modo, di dare forma e voce non solo ad attori economici ma ad attori individuali il cui rapporto con gli altri si fonda sulla conflittualità che si esprime nel comune obiettivo di un superamento della cultura imposta da una politica delegittimata dal suo ruolo e per questo causa di una *debacle* dei governi, diretta espressione di una rottura che ha avuto avvio sin dagli inizi degli anni Novanta, quando le lobby economiche e di mercato si fanno posto all’interno degli stessi

collettività: radicamento della tradizione, separazione dall’altro ostile, discorso, violenza e coazione. Cfr. U. Beck, A. Giddens, S. Lash., 1999, *Modernizzazione riflessiva*, Asterios, Trieste

¹¹¹ A. Giddens, 1994, *Le conseguenze della modernità*, Il Mulino, Bologna; e anche, Cfr. B. Sanguanini, 2010, (a cura), *Comunicazione & Partecipazione. Sociologia della persona nella “Società-Display”*, QuiEdit, Verona.

¹¹² *Ibidem*, p. 145

strumenti della politica. Trovando ancoraggio in movimenti che, proprio grazie alla rete 2.0, sperimentano un eco impensato. Rimarcando come i mezzi di comunicazione dettano i cambiamenti che stanno caratterizzando la globalizzazione resi visibili, per il sociologo spagnolo Castells (2010), già dalla fine degli anni Settanta, quando si è iniziato a strutturare un cambiamento storico e discontinuo nell'economia, nella società e nella cultura, guidato dai progressi delle tecnologie di informazione e comunicazione. Tanto che anche il modo in cui si pensava alla comunicazione è cambiato, fornendo un nuovo modello di trasmissione che ha iniziato a concepire la comunicazione come una pratica sociale vera e propria. Perdendo quella forma ad albero che lungamente l'aveva caratterizzata per traslare su modelli circolari di rete.

In tale panorama, i media "globali" hanno assunto da un lato un ruolo importante in primis nei dibattiti sulla globalizzazione e poi, un ruolo rilevante nel risveglio culturale, collante fra le persone e gli stati-nazione. Di contro, i media "globali" sono per molti i "nuovi missionari del capitalismo globale" e le loro conseguenze, definite da Herman e McKesney (1997, p.35) "dannose", in riferimento principalmente alle reti telematiche, includono la diffusione dei valori individualistici, il dislocamento della sfera pubblica, il rafforzamento delle forze politiche conservative in tutto il mondo e l'erosione delle culture locali. A questa letteratura se ne affianca altra, altrettanto numerosa, che pur riconoscendo che oggi potenti agenzie e partiti al potere possiedono siti web e strategie di rete, concordano con Joe Trippi nel ritenere che i "siti web e i blog di maggior successo sulla rete portano con sé il soffio indisciplinato della ribellione"¹¹³.

4.3 Iniziative collettive e globalizzazione: tattiche e strategie

Un soffio indisciplinato di ribellione che nel mondo contemporaneo accomuna i differenti ruoli degli individui, in cui i conflitti alimentano i rapporti di relazione per il perseguimento di un comune obiettivo, per un'azione collettiva che modifichi i codici della cultura imposti dall'alto, da un potere di dominio. Così che a muoversi in tale ribellione oltre i movimenti politici, le organizzazioni d'interesse, movimenti sociali, grazie anche alla democrazia della rete, altamente inclusiva che pone tutti sullo stesso piano, permettendo di condividere contenuti di vario genere, si assiste ad azioni collettive individualizzate. Le iniziative collettive hanno molteplici origini come ci dice

¹¹³ Le innovazioni di Joe Trippi, tra i primi a credere nel "grassroot", nella mobilitazione e nella capacità di autofinanziamento di Internet, hanno portato un mutamento importante nella campagna elettorale in Usa. Cfr. L. Lievrouw, S. Livingstone, (a cura), 2011, *Capire i new media. Culture, comunicazione, innovazione tecnologica e istituzioni sociali*, Hoepli Editore, Roma. Per i web politici va ricordato come nel 1996 in Italia è legittimata la prima campagna nazionale di Romano Prodi, che aveva riscosso un buon seguito telematico nonostante i mezzi ridotti rispetto a quelli telematici oggi disponibili. Nel 1997 un altro politico italiano, Francesco Rutelli, ha iniziato la strada delle innovazioni della comunicazione, per rilanciarsi nelle elezioni municipali della capitale italiana, riprendendo gli stessi strumenti per la sua candidatura del 2001 nelle politiche nazionali. Cfr. S. Grazziano, L. Longo, 2005, *Internet e politica 2005: la rete e le elezioni: e se davvero la ...*, Hoepli Editore, Roma

anche Farro (2001). Tra le tante vi è quella delle iniziative che prendono vita non per la formazione di un carattere identitario ma *conflittuale*. Collegamenti tra soggetti individuali che possono convergere in azioni da svolgere in comune sia per opporsi al dominio degli attori dirigenti o in molteplici settori della vita sociale. Dominio a cui ogni soggetto è sottoposto e a cui resistono per mutare la stessa vita sociale a proprio vantaggio. Così che si può assistere a convergenze tra soggetti basate su interessi economici da difendere o affermare nei confronti di qualche forma di dominio. Condizione che prende forma nel momento in cui soggetti diversi convergono in iniziative collettive di protesta sia in difesa dei propri interessi che alla ricerca di alternative di dominio di uno o differenti settori della vita sociale. Così ad esempio cittadini di uno spazio esposto a forme di inquinamento industriale, alla base del valore dei terreni, possono convergere in un'iniziativa collettiva opponendosi alle iniziative di imprese che sono fonte di inquinamento al fine di perseguire alternative di sviluppo economico-sostenibile per l'ambiente. Ma le convergenze tra i membri di un'iniziativa non sono solo strumentali ma possono prendere luogo da *convinzioni comuni* tra i soggetti. Convinzioni la cui origine, che si ritrova essenzialmente in informazioni scientifiche, prende avvio al fine di definire critiche e perseguire alternative culturali nei settori della vita sociale. Come ad esempio nel caso di informazioni scientifiche che riportano i dati sull'inquinamento, come quelli sull'allargamento del buco dell'ozono nell'atmosfera terrestre, sia un'alternativa da poter pervenire per una combinazione tra vita sociale e forze materiali (Farro, 1991). Altra convergenza può avvenire in virtù dei legami che si creano tra soggetti che si sentono emotivamente implicati in iniziative collettive, non legati a interessi economici ma alla salvaguardia diretta dei territori. Un carattere emotivo dei legami di solidarietà che avviene in un'intesa di interessi e la convinzione comune passando dalla resistenza soggettiva alla costruzione di iniziative collettive i cui attori sono tesi alla modifica della vita sociale (Farro, 2001). Tutti questi modi di convergenza possono combinarsi tra loro senza perdere ognuna la propria peculiare caratteristica. Con la convergenza tra i soggetti sussiste di fatto un rapporto di tensione tra la razionalità strumentale, la convinzione e l'emotività della solidarietà (Farro, 2001). Per giungere infine alla convergenza d'intesa di convinzione e solidarietà. I soggetti che costruiscono le iniziative attivano *reticoli di relazioni* (Diani, 1988) usando differenti risorse per poter costruire e comunicare fra di loro. Le risorse utilizzate sono differenti e possono essere identificate nell'appartenenza ad una comunità o rete di relazioni che esistevano ancor prima dell'azione, come ad esempio i rapporti di vicinato, di amicizia, parentali o professionali. A queste risorse si aggiungono poi quelle in cui i soggetti entrano a far parte (ancor prima dell'azione) di *formazioni organizzate* come ad esempio associazioni culturali, politiche o di altra natura, sino a trovare importanti risorse nei *mezzi di comunicazione* che hanno iniziato col telefono ma che oggi trovano applicazione soprattutto in Internet, usato dai membri per entrare in relazione tra di loro. L'uso di queste risorse può avvenire in modo simultaneo o voler dire diverse convergenze tra i soggetti. Come nel caso dei giovani *indignados* spagnoli che hanno lanciato dalla rete il loro grido di contestazione verso una politica inadeguata a rappresentarli e a soddisfare le loro istanze di benessere oppure i "99%" di *Occupy Wall Street* che si sono uniti

contro quell'1% che detengono il potere finanziario. Dunque in una stessa azione si possono riscontrare simultaneamente tutti i tipi di convergenza. Azioni che possono far riscontrare intese di interessi che appaiono più forti tra alcuni membri mentre altri si sentono coinvolti da convinzioni comuni e da ragioni solidaristiche. Il *discorso* inteso come elaborazione concettuale, formulazione generale della vita sociale e prodotto dalle iniziative collettive, è esso stesso elemento delle condotte usate dai membri per la propria azione. *Fonti di discorsi che sono un insieme di formulazioni critiche e propositive, adottate dai membri delle iniziative per costruire la loro azione* (Farro, 2001, p. 186). L'importante in tal caso non è comprendere la veridicità o meno di alcuni discorsi ma valutarne il modo in cui gli attori elaborano e adottano per collocarsi rispetto ad altri attori e nel contesto della vita sociale.

Nuove ideologie che superando i discorsi tipici dei tradizionali movimenti operai, che hanno goduto di importanza nell'era in cui era centrale l'industrialismo, altri ne emergono fra gli attori delle iniziative collettive-conflittuali allo scopo di intervenire sul controllo degli orientamenti culturali in uno o più settori della vita sociale post industriale. Ne sono esempi le iniziative ambientaliste e quelle guidate per la parità delle donne ma anche quelli nati dagli indignati, che cercano nella loro azione collettiva di far emergere l'importanza di un lavoro e di un welfare inesistente per le generazioni più giovani. Nel caso invece degli ambientalisti, essi sviluppano un discorso che si muove sia nella direzione di denuncia del modello di sviluppo per via dell'accrescere dell'inquinamento sia per l'esaurimento delle risorse e principalmente per le alternative da adottare per avviare uno sviluppo adeguato al fine di affrontare al meglio la salvaguardia ambientale. Sono questi attori conflittuali delle iniziative ambientaliste che formulano il proprio discorso ponendosi, come abbiamo visto, sul terreno della democrazia politica e intraprendendo la propria iniziativa in qualità di soggetti che resistono alle imposizioni culturali dei codici connessi alla definizione del modello di sviluppo (Farro, 2001, p. 188). Lo scopo di questi attori è di progettare la sostituzione di un modello con un altro fissato da strumenti razionali, scientifici e tecnici. Spiegando così i nessi intercorrenti nelle iniziative conflittuali, stabiliti anche attraverso le elaborazioni concettuali definite per mezzo di questi discorsi. Al fine di costruire iniziative collettive conflittuali i soggetti devono comunicare fra di loro. Ogni convergenza attivata è difatti relazione comunicativa. La riuscita della costruzione dell'iniziativa collettiva prende forma proprio nel momento in cui possono dialogare tra loro così da comprendere il contenuto dei temi da affrontare per l'intervento da condurre. Oltre che gli obiettivi da perseguire per giungere all'azione. *Il dialogo avviene per perseguire gli obiettivi che consistono nei propositi definiti da un'azione talvolta per cambiare aspetti dell'organizzazione sociale, talaltra per indurre decisioni politiche favorevoli agli interessi o agli orientamenti culturali del collettivo che attua la condotta e talaltra ancora per controllare gli orientamenti culturali della società* (Farro, 2001, p. 190).

Un *dialogo* fra gli attori su obiettivi ed elementi che non implica necessariamente la formazione di iniziative collettive uniformi. A fare la

differenza in tal caso sono i modi di intendere i contenuti dei temi, degli obiettivi e di altri elementi. Una differenziazione che gioca non solo sulla distinzione di iniziative collettive identitarie e conflittuali, ma anche sulle differenze all'interno di alcuni dei gruppi. Come ad esempio nel caso di gruppi che tentano di contrastare quei dirigenti percepiti come i responsabili dell'inquinamento per una razionalizzazione dello sviluppo, o quei gruppi che si propongono non solo di contrastare e contenere ma anche di realizzare e governare un nuovo equilibrio tra la vita sociale e le forze materiali (Moscovici, 1977; Farro, 1991). Il dialogo che nasce sulle genericità fa sì che i membri delle iniziative possano convergere nell'azione comune che non è un insieme omogeneo bensì differenziato nelle sue componenti. E' proprio il modo in cui i contenuti dei temi, degli obiettivi e degli altri elementi sono intesi a definire la differenziazione. Si ritrova così la questione della molteplicità delle componenti delle iniziative collettive, l'azionalismo (Touraine, 1993).

La *concordanza generica* che si stabilisce tra i membri di un'iniziativa è quella intesa, allo stesso modo, per gli elementi dell'azione, tra i quali l'enunciazione dei temi e gli obiettivi perseguiti. Tra i contenuti generici si stabiliscono *reti di comunicazione* tra coloro che sono implicati nell'iniziativa. Reti che costruiscono la convergenza generica tra i membri di un'iniziativa. Ad essere coinvolti nell'azione vi sono persone, attori di rilievo ma anche dirigenti e leader. L'appartenenza alla rete si attua in differenti maniere, intanto vi è una *relazione personale diretta*, quali legami emotivi e di amicizia, preesistenti o costruite tra i membri che prendono parte all'iniziativa. Un altro modo è quello *organizzativo* in cui i membri sono aderenti ad associazioni o formazioni altre, preesistenti o che si sono formate attraverso la stessa azione. Vi è infine un modo mediatico di coinvolgimento che avviene tra membri di un'iniziativa attraverso differenti mezzi di comunicazione (dalla stampa, alla radio, alla televisione, sino alla rete internet che permette agli attori delle iniziative di rapportarsi tra loro su scala globale). Nonostante siano differenti le iniziative, l'interesse per una non vuol dire che le altre sono escluse poiché in generale questo non avviene tra le tre forme descritte, potendo di fatto dare luogo a convergenze generiche delle reti di comunicazione. Allo stesso modo possono attuare una concordanza comunicativa tra dei membri di un'azione. Concordanza data da attori che attribuiscono gli stessi contenuti e intendono allo stesso modo i temi, i discorsi, gli obiettivi e altri elementi dell'iniziativa in cui sono coinvolti. Questi sono i membri delle reti comunicative dell'azione che però non formano solo convergenze generiche con gli altri membri dell'azione.

Essi costruiscono *convergenze comunicative*. Formando circuiti comunicativi tra attori che intendono allo stesso modo gli elementi dell'iniziativa di cui sono parte costitutiva. In un'iniziativa collettiva si hanno convergenze generiche e comunicative, concordanze generiche e comunicative, reti di comunicazione e canali comunicativi. *Convergenze e concordanze* generiche fanno sì che le varie componenti delle iniziative possono riconoscersi fra di loro. Le attività si costituiscono inoltre verso l'interno e verso l'esterno. Nel primo caso le iniziative collettive si dotano di mezzi per permettere ai membri di collegarsi tra di loro per il passaggio dalla resistenza soggettiva nei confronti del dominio, all'intervento

effettuato per incidere sull'ambiente esterno. Quest'ultimo è composto invece da avversari o circuiti istituzionali e dalle fonti di risorse anche comunicative che possono favorire o intralciare o costruire le iniziative collettive. Le attività di rivolte esterne sono attuate dai membri attraverso il passaggio che li porta all'identità collettiva. Intesa quest'ultima non solo come espressione autoreferenziale di chi svolge le iniziative, ma è una costruzione di attori che si riconoscono e intendono essere a loro volta riconosciuti da altri come capaci d'intervento per modificare i contesti della vita sociale. Attori che costruiscono iniziative collettive per rivendicazioni e interventi sul controllo dell'elaborazione e della diffusione di informazioni riferiti a uno, come a molteplici settori della vita sociale. Questi attori nel mobilitare le risorse interne tentano di usufruire di altre che possano avvantaggiarli nel perseguimento degli obiettivi.

Questi ultimi sono perseguiti a tre livelli differenti. Un primo livello interessa *l'organizzazione sociale* in cui le attività si svolgono in due modi: l'uno per cui le iniziative si rivolgono a quella fetta di opinione pubblica che può essere interessata ai temi affrontati per un coinvolgimento nell'azione. A questo livello dell'organizzazione sociale gli orientamenti culturali appaiono separati dai rapporti sociali e le condotte individuali si svolgono in considerazioni di norme che sembrano estranee a rapporti di potere, e gli attori si prospettano come relazioni umane indipendenti (Touraine, 1993). Sono esempio di ciò le campagne di sensibilizzazione dell'opinione pubblica per l'autonomia individuale da esercitare nei confronti dei codici culturali imposti. Le attività trovano diversi spazi di attuazione, tra cui quello di permeare nel sistema politico attraverso iniziative collettive per trovare spazi per le istanze a livello del sistema politico. Il fine è quello di consolidare le promozioni a livello istituzionale degli interessi che rappresentano e degli orientamenti culturali di cui le iniziative sono portatrici. La sua attuazione può avvenire attraverso l'attuazione di campagne o altri tipi di intervento tesi a rafforzare la promozione degli interessi nei circuiti istituzionali, affinché le prese di posizione siano vantaggiose per gli obiettivi perseguiti dalle iniziative. Vi è poi un livello teso alla definizione degli orientamenti *della vita sociale* (Touraine, 1993). Si tratta di iniziative collettive atte a predisporre alternative culturali o per contendere agli attori dirigenti il controllo della produzione e della diffusione delle informazioni, in virtù dei quali si ha la formazione di codici culturali relativi alla costruzione o alla modernizzazione della vita sociale. Predisponendo alternative di contenuto a questi codici nella definizione della vita individuale e collettiva.

Ulteriore elemento di connessione per tali iniziative è dato dall'*organizzazione* che consiste nello strumento che costruiscono e di cui si giovano i membri delle iniziative per comunicare tra di loro attraverso reti e circuiti comunicativi, per definire istanze di presa delle decisioni e per decidere in merito ai temi da enunciare, per esercitare le attività sin qui descritte, per mobilitare le risorse economiche-relazionali e comunicative, per lo sviluppo interno delle iniziative, per rapportarsi con l'ambiente esterno. Al fine di svolgere rivendicazioni e acquisire miglioramenti di condizione o dello stato delle cose designato dai temi dell'azione (come ad esempio il degrado ambientale). Per puntare ad ottenere decisioni politiche vantaggiose per l'azione e nel sistema

globale per tentare di controllare orientamenti della vita sociale. Per cambiare l'ambiente sociale. Per governare il rapporto di tensione tra loro soggetti individuali o collettivi allo scopo di provvedere efficacemente alla soddisfazione degli obiettivi perseguiti. Si tratta di fatto della costruzione di un reticolo di relazioni che si collegano tra di loro e che collegano le varie componenti delle iniziative e gli attori. Organizzazioni che se un tempo trovavano anche nelle reti di comunicazione un'attività limitata (Simon, 1979, Farro, 2001) oggi trovano nuove espressività in una rete virtuale che permette una relazioni a livello globale di tutti gli attori coinvolti e di singole individualità.

Il *conflitto* sociale è da intendere nel senso di un accidente nel sistema a cui si giunge quando il sistema politico non rappresenta in maniera dovuta tutti gli interessi? E' conseguenza della crisi e di storture sistemiche (uno struttural-funzionalismo)? Ricordando il pensiero di uno dei classici della sociologia, George Simmel, (1976, pp. 105-134; 1989, pp. 213-289), il conflitto si spiega nel contesto delle divergenze interne e degli antagonismi che fanno organicamente parte della vita di ogni tipo di società. Per Coser il conflitto è una componente fondamentale della società (1982, pp.91-103). Ma il conflitto non consiste in una crisi sistemica, lì dove è frutto di orientamenti culturali in uno stesso campo della vita sociale, non è solo una protesta inscenata da attori dominati per poter accedere alle istituzioni da cui sono esclusi (Farro, 2001). Il conflitto è parte della società costruendo un rapporto sociale tra i dominati e coloro che dominano. Conseguenza del conflitto risiede nella possibilità degli attori dirigenti di imporre i codici culturali in grado di disegnare assetti e modalità dello svolgimento del vivere quotidiano individuale e collettivo. Il dominio di controllo si esercita in modi differenti: da un lato con la spersonalizzazione di coloro che accedono a vantaggi della razionalizzazione e la modernizzazione, come ad esempio nel caso di cure mediche; sia nel controllo dei contenuti della costruzione di senso dell'agire individuale e di gruppo, come ad esempio l'imposizione dei mass media che indicano agli individui ed ai gruppi come poter essere se stessi soprattutto nell'atto del consumo. Così oggi l'opposizione al dominio sociale avviene attraverso l'affermazione delle soggettività e diversità individuali e di gruppo. Chi risente di codici culturali imposti a livello dell'organizzazione sociale avverte il dominio che si è andato propagando nel tempo attraverso la trasmissione di contenuti e come rapporti squilibrati di potere. Questo diviene il soggetto che resiste alle imposizioni di contenuti per ad esempio accedere a dati servizi. La resistenza a questi è distaccata dalla fonte da cui provengono. Le poste in gioco che intervengono nel conflitto si rivelano importanti sia per la strutturazione dei rapporti tra attori e sia per un determinato tipo di società (Touraine, 1993). *Un conflitto pertinente per la società di oggi, infatti, è tale non solo perché si espleta attraverso l'opposizione di un'azione collettiva che persegue alternative al dominio sociale, ma anche laddove compete poste in gioco riferite al controllo dell'allocazione delle risorse ed i contenuti della produzione e della diffusione delle informazioni, attraverso cui si definiscono gli orientamenti culturali della stessa vita sociale* (Farro, 2001, p. 206). Il conflitto si definisce su vari livelli della vita sociale odierna, vi sono iniziative collettive per rivendicazioni di attori che si battono per un miglior livello organizzativo; un piano politico dove gli

attori puntano a difendere e far prevalere nel sistema istituzionale gli interessi o le propensioni culturali che esse intendono rappresentare; un piano sistemico generale per il controllo dell'allocazione delle risorse per i diversi settori della vita sociale. *Al livello più alto di azione, il livello sistemico dell'organizzazione sociale e della politica, il conflitto si definisce come punto di arrivo della costruzione di rapporti di confronto conflittuale tra attori protesi a contendersi al livello più alto di tale confronto, il controllo degli orientamenti culturali della vita sociale stessa* (Farro, 2001, p. 206). Detto altrimenti, proprio il conflitto permette di pervenire alla costruzione della relazione tra gli attori al fine di perseguire alternative agli orientamenti della vita sociale. Il luogo ove prendono forma questi conflitti non è definito e definibile, anzi per citare uno *slogan* ambientalista "agire localmente e pensare globalmente". Ciò a dire che gli attori che sviluppano particolari iniziative in azioni collettive, si collegano tra loro a vari livelli del conflitto poiché hanno gli stessi obiettivi collettivi, anche se alcuni si trovano impegnati nel perseguire uno solo dei livelli: organizzativo, politico o sistemico. I rapporti organizzativi permettono così che membri che operano su piano locale sviluppino rivendicazioni e pressioni istituzionali, connettendosi con altri membri della stessa organizzazione che possono invece essere impegnati sul controllo e produzione della diffusione di informazioni. Nel caso ad esempio dei gruppi nazionali o sovranazionali e quelli locali, nel perseguire pressioni istituzionali sul piano locale, per uno sviluppo magari sostenibile ma anche per un nuovo equilibrio tra vita sociale e forze materiali.

Il movimento collettivo della società è parte di iniziative collettive che nello sviluppare conflitti con attori dirigenti su temi che possono andare dalla salvaguardia dell'ambiente al rapporto tra i sessi e che compete anche il controllo della produzione e della diffusione delle informazioni attraverso cui si creano i codici culturali, simboli e linguaggi dei settori della vita sociale. Iniziative che sono entità organizzate di attori volti a promuovere, per un verso nei Paesi sviluppati e per un altro verso in quelli in via di sviluppo, critiche riferite a vari aspetti della vita sociale (Farro, 2001, p. 215). I movimenti collettivi trovano così espressione attraverso iniziative conflittuali in cui promuovere visioni culturali antagonistiche rispetto quelle prevalenti o identitarie grazie alla rete virtuale che oggi permette una rapporti di relazione globali (a basso costo).

4.4 L'attore sociale: alla ricerca di una scelta morale

«... perché la norma morale sia obbedita come deve esserlo, bisogna che ci sottoponiamo a essa non per scansarne un certo spiacevole risultato, un certo castigo materiale o morale, o per ottenere una certa ricompensa, ma semplicemente perché dobbiamo farlo, a prescindere dalle conseguenze che la nostra condotta può avere per noi»

(Emile Durkheim)

Le informazioni, come i capitali e le merci, attraversano le frontiere. Ciò che era distante s'avvicina e il passato diventa presente. Lo sviluppo non è più la serie delle tappe attraverso le quali una società esce dal sottosviluppo, e la modernità non è più successiva alla tradizione; tutto si mescola; lo spazio e il tempo si comprimono. In vaste parti del mondo, i controlli sociali e culturali stabiliti da stati, chiese, famiglie o scuole s'indeboliscono, e il confine tra normale e patologico, permesso e proibito diventa indistinto. Non viviamo forse in una società mondializzata e globalizzata che pervade la vita pubblica e privata della maggior parte di noi. ma "si può vivere insieme? (Touraine, 1998). E' ciò che infondo fanno miliardi di individui, dice Touraine, quando guardano programmi televisivi, bevono le stesse bibite, indossano abiti uguali e utilizzano la stessa lingua per comunicare da un Paese ad un altro. Si forma così un'opinione pubblica mondiale che discute nelle grandi assemblee internazionali: Rio de Janeiro, Pechino, occupandosi per i continenti dell'effetto serra o le possibili conseguenze degli esperimenti nucleari. Elementi di certo non sufficienti per poter dire che possa esistere una cultura comune poiché gli elementi globalizzati, che siano i beni di consumo, i mezzi di comunicazione, le tecnologie o i flussi finanziari, sono tutti slegati da organizzazioni sociali. La globalizzazione, come si è già detto, vuol dire che tecnologie, strumenti, messaggi, sono presenti ovunque come da nessuna parte. In una cultura di massa che permette di essere insieme solo quando compiamo gli stessi gesti o utilizziamo gli stessi oggetti (una comunicazione che avviene attraverso i segni della modernità). "Desocializzazione" di una cultura di massa per via della globalizzazione ma che allo stesso tempo spinge gli individui a difendere la propria identità nei gruppi primari o (ri)privatizzando in parte o del tutto la vita pubblica. "Non siamo più ciò che facciamo" appartenendo a società di massa nei flussi delle informazioni quanto alla propria comunità. Sottomettendoci alla cultura di massa che invade la vita privata. Un universalismo della ragione che incontra l'individualismo morale per una società liberamente organizzata dalla legge. "Una pretesa" morale che passa anche nelle economie e che per Dumont (1977) "è falsa" non essendo suo il merito per il raggiungimento del bene pubblico poiché proprio le norme morali hanno delle conseguenze sui comportamenti quando predispongono ad un'azione egoistica. Ciò vuol dire, riprendendo ancora il pensiero di Dumont (1977), che il raggiungimento del bene pubblico può avvenire solo nel momento in cui non vi è un'azione cosciente che spinge verso di esso, ovvero l'uomo "non sociale per natura" lavora per il bene pubblico proprio quando non persegue tale scopo. Nei fatti, invece, esiste "un'armonia degli interessi". Così che il bene pubblico non è raggiunto sotto la pretesa morale e le norme morali non hanno conseguenze sui comportamenti se non dettate da un'azione egoistica. Non può esistere una morale se imposta dalla legge ad esempio. Nel mercato individui differenti condividono l'interesse comune allo scambio ed è proprio il mercato che dà loro l'opportunità di perseguirlo con successo ma, avverte Sen (1983), gli stessi individui hanno interessi contrastanti, conflitti che non è compito del mercato risolvere. Così che il "meccanismo del mercato", nella lettura di Sen(1983), è pensato per sfruttare gli "interessi convergenti da parte degli individui egoisti", ma non sono un "meccanismo di risoluzione armoniosa o equa del conflitto". Così che è "solo nella misura in cui un certo tipo di ordine emerge come

risultato dell'azione dei singoli", senza che nessuno lo abbia perseguito, "che si pone il problema di una loro spiegazione teorica" (von Hayek, 1997, p.30). Si rendono interessanti dunque quelle azioni coscienti di una moltitudine di individui che danno luogo a risultati non prevedibili e previsti, azioni che avvengono al di fuori di qualunque "deliberazione programmatica" (von Hayek, 1997). Allora "perché dovrei essere morale? è la fine non l'inizio della moralità" (Bauman, 2003) in cui "l'io" morale interrogatorio viene privato della sua responsabilità, in tal caso la "società che si libera di tutte le pretese della propria funzione etica e cede tranquillamente la gestione dei rapporti umani alle forze di mercato". Estremizzando il ragionamento Bauman (2003) sottende che non servono argomenti razionali non esistendo una "buona ragione" per cui essere morali in una società in cui conta l'utile mentre i poveri e gli inattivi, privi di scopo e di funzione, non possono contare su prove razionali del loro diritto alla felicità. Non sussiste nulla di "ragionevole" nell'assumersi la responsabilità, nel prendersi cura degli altri e nell'essere morali, in quanto "la morale non ha altro che se stessa per sorreggersi [...] decisione di assumerci la responsabilità della nostra responsabilità, la decisione di misurare la qualità di una società sulla qualità dei suoi standard etici, che celebriamo oggi", la moralità dunque riguarda la scelta (Bauman, 2003). Un *farsi carico* di un'identità riflessiva. Per fare ciò ci dice Edgar Morin il "nostro sistema di educazione dovrebbe essere riformato poiché è fondato sulla separazione – separazione dei saperi, delle discipline, delle scienze – e produce delle menti incapaci di legare le conoscenze, di riconoscere i problemi globali e fondamentali, di raccogliere le sfide della complessità" (2004). L'atto etico è un atto individuale, uno spirito o coscienza di un'unione partecipante. Al centro dell'esperienza che ha caratterizzato la fine del secolo scorso, vi è la "scissione fra estensione e anima" (riprendendo Cartesio), fra economie e culture, scambi e identità (Touraine, 1998, p. 35). Scissione che ancora il sociologo francese definisce "demodernizzazione" (in sostituzione di post modernità) che è data dalla rottura di legami che uniscono "libertà personale all'efficacia collettiva". Le città, un tempo associate alla cittadinanza, si disgregano. Luogo di scambio, produzione e socializzazione, in cui coesisteva vita pubblica e privata, in cui il crollo delle mediazioni sociali e politiche fra attività economica e esperienze della cultura, indebolisce i controlli sociali con il rischio di disorganizzazioni. Ciò perché all'idea che aveva prevalso nelle società industriali, collante tra razionalizzazione economica e interventi politici-amministrativi, si è fatta strada una rottura "fra l'universo dei mercati e quello della vita civile" (Touraine, 1998). Una vita civile dunque che non ci sta più alle regole di un mercato che ha assoggettato la politica alle sue regole. Lì dove il campo di azione strategica è un insieme mutevole di possibili altrimenti ma anche di rischi. La diminuzione dell'apparato dello Stato e la riduzione degli interventi statali, la liberalizzazione degli scambi e delle condizioni di produzione ha dato vita ad un processo di "desocializzazione" e "spoliticizzazione", indebolimento delle mediazioni politiche e di integrazione sociale. Una "liberazione del sistema economico dai vincoli di natura economica" (Touraine, 1998, p.38). Governare un Paese vuol dire rendere l'organizzazione economica e sociale compatibile con le esigenze del sistema economico internazionale, allo stesso modo le norme sociali si infiacchiscono e le istituzioni perdono il loro peso, lasciando sempre più spazio

alla vita privata ed alle organizzazioni volontarie. E' dunque ancora possibile ragionare esclusivamente sulla cittadinanza e la democrazia rappresentativa lì dove i rappresentanti sottostanno al mercato mondiale e gli elettori guardano la propria vita privata? Siamo sì cittadini ma del mondo senza responsabilità, diritti o doveri e dall'altro difendiamo uno spazio privato sommerso "dai flutti della cultura mondiale" (Touraine, 1998). Mentre i media internazionali creano e amplificano i movimenti di opinione, allontanandosi da quelli sociali in cui, gruppi precostituiti che sono impegnati in conflitti diretti possono quantificare ricavi e perdite delle azioni collettive. Campagne di opinione che "eliminano qualsiasi riflessione sugli effetti o i significati propriamente politici dei fatti contro cui reagiscono" (*ibidem*). Ciò a dire che queste campagne si rivolgono a una società mondiale senza Stato, le cui istanze travalicano i contesti sociali e politici reali. Campagne che godendo di uno spazio pubblico globale, in cui è preponderante la presenza dei media, limita sensibilmente l'azione politica. In qualche modo leggendo oltre Touraine, si può dire con le parole di Beck che "più la modernizzazione delle società moderne avanza, più le basi della società si dissolvono, si consumano e sono minacciate" (Beck, Giddens, Lash, 1999, p. 176). In quella riflessività giunta senza saperlo che ha portato al superamento delle società industriali. Di qui per Touraine un probabile ritorno alla comunità, intesa come etnia, religione o fede, delle usanze, nel senso di comunità culturali. L'attore cessa di essere quel che fa per divenire quel che è. Tanto che essere un bravo cittadino, come lavoratore o padre non diviene più condizione sufficiente di moralità, affinché la società ben funzioni. Ogni individuo prende coscienza di sé in quanto appartenente ad una tradizione ad una "memoria" nell'invalicabile molteplicità di attori sociali, un multiculturalismo che supera il modello culturale illuministico (o anche eurocentrico). Visibile già con le mobilitazioni politiche di un comunitarismo che rifiutava l'Altro, come è per i movimenti neocomunitari come quello islamico che impongono la propria ideologia in modo autoritario. L'accesso all'era postmoderna in cui erano evidenti fratture non solo a livello internazionale ma anche di ogni attore collettivo organizzato e di ogni individuo a cui si accompagna il declino delle istituzioni, ha percorso un ribaltamento nell'analisi sociologica "dal sistema all'attore". Così che al *"pessimismo culturale"* del diciannovesimo secolo, nel nuovo millennio si prende atto di una perdita di riferimenti, di conflitti culturali e sociali. Inoltre la crisi del politico ha preso le forme di una crisi di rappresentatività, di fiducia accentuata lì dove i partiti si sono trasformati in imprese politiche il cui obiettivo diviene la gestione delle risorse "legali o illegali" per produrre eletti che possano essere comprati dagli elettori. Crisi a cui si lega dunque quella dello Stato-nazione. Ma l'idea di ridare forza alla cittadinanza, in cui ogni cittadino si sostiene identificandosi con la comunità di liberi cittadini, una morale civile, una società che si organizza a partire dai consumi, una resistenza alla perdita d'identità attraverso l'autostima, l'autoespressione, l'autonomia ci spinge ad una resistenza della disgregazione del mondo lì dove a perdere è il rinnovo di una società nazionale. Il "duplice disimpegno" del soggetto sia dai mercati e la chiusura comunitaria diviene "condizione necessaria affinché si stabilisca comunicazione fra Soggetto e Soggetto, comunità ideale di comunicazione" (Apel, 1992, p.28). Condizione necessaria affinché "i principi di giustizia, solidarietà e corresponsabilità, che consentono la

comunicazione e l'argomentazione, si trasformino in azioni, in aperture delle gerarchie comunitarie o limitazione della forza. [...]. Il soggetto esiste dando battaglia, indignandosi, non stancandosi di sperare e calando la propria libertà personale in un contesto di conflitti sociali e liberazioni culturali". (Touraine, 1998, p.69-70). O come dice Giddens "la capacità dell'individuo di conservare il filo della propria narrazione individuale, di concepire la propria biografia nella continuità della propria esperienza" (1994). In una realtà in cui, ripensando alla teoria della socializzazione di Jürgen Habermas, coesistono in sé oggetti e attori con un'identità oggettiva che si costruisce, a prescindere dall'esistenza soggettiva di ciascuno e che per questo esistono perché entrano in relazione al di là del tempo e dello spazio dell'attore sociale. La realtà è data dunque da una rete di relazioni a più dimensioni in cui esistono relazioni tra oggetti (ecosistema) e attori/soggetti (ecosistema sociale).

4.5 I movimenti di mobilitazioni: pratiche organizzative e azione

Le relazioni che si instaurano tra oggetti o attori-soggetti devono essere lette anche al progredire della tecnologia che ha acquistato un nuovo peso modificando, nel tempo, il modo di pensare le pratiche organizzative e di comunicazione (sia interne che esterne rivolte ad audience esterne) dei soggetti politici (strutturati, semi-strutturati e non strutturati). La rete virtuale ha assunto un gran peso in tal senso. Nel passaggio da un rete web 1.0 (costituita principalmente attorno a newsletter ed e-mail) al web 2.0, si assiste di fatto alla possibilità non solo di utilizzare nuovi strumenti di narrazione ma anche alla costituzione di ambienti customizzabili in cui sviluppare testi, narrazioni e contenuti su piattaforme differenti (social network, software open source). Strumenti che hanno aumentato la propria rilevanza anche rispetto alla sola ideazione iniziale: come meri strumenti di comunicazione e informazione. Modi di utilizzo della rete che vedono la partecipazione anche dei movimenti sociali e politici secondo tre azioni:

❖ *hybrid mobilization movement* (movimenti di mobilitazione ibridi) cioè istituzioni partitiche, ma anche movimenti sociali, che usano la rete come una tra le opzioni di comunicazione, così come accadeva per i movimenti sociali nati con le prime applicazioni di rete su larga scala web 1.0 (in quest'ultimo caso costituisce un esempio il Popolo di Seattle)¹¹⁴.

¹¹⁴ "Il popolo di Seattle è un movimento no-global o movimento anti-globalizzazione (o anche, per antonomasia, il movimento) sono locuzioni nate nella stampa italiana per indicare un insieme internazionale di gruppi, organizzazioni non governative, associazioni e singoli individui relativamente eterogenei dal punto di vista politico ed accomunati dalla critica all'attuale sistema economico neoliberista, la cui prima comparsa si ritiene comunemente avvenuta intorno al 1999 in occasione della Conferenza Ministeriale della WTO (l'Organizzazione Mondiale del Commercio) a Seattle negli Stati Uniti. Di quello che è stato inizialmente chiamato "popolo di Seattle" non è mai stata data una denominazione unica, data l'enorme varietà e complessità delle organizzazioni che a Seattle si sono incontrate. In altri paesi infatti non

❖ *movimenti antagonisti* in cui si assiste ad una ri-strutturazione a livello comunicativo di numerose ONG (già a partire dalla fine degli anni Novanta del secolo scorso, sino ai primi anni del Duemila). E' il caso dunque di soggetti ma anche comunità che nati e sviluppati nel mondo off line, attraverso azioni e mobilitazioni, si ridisegnano nel virtuale attraverso gli strumenti della rete così da comunicare/informare (comunicarsi) tra i membri a costi bassi in modo agevole e veloce. Sviluppando comunicazioni efficaci e a volte ridondanti nel tentativo di sensibilizzare e conquistare l'audience esterna attraverso campagne mirate.

I partiti politici, invece, intendono le forme di comunicazione che la rete offre come secondarie, poco incisive, inaffidabili rispetto ad altre pratiche consolidate e note come la comunicazione privata o faccia a faccia tra gli appartenenti, cooptazioni basate sul censo e/o sullo *status* socio-economico, uso dei mezzi di comunicazione di massa tradizionali quali stampa, radio e tv;

❖ *on line information-based movement* (movimenti basati su informazioni on line) che è un *modus* di agire tipico di alcuni movimenti che si sono sviluppati con l'evoluzione delle applicazioni del web e che usano la rete come mezzo di informazione esclusivo (wiki, blog, social network). E' il caso di soggetti politici che, pur ancorati alla dimensione off line (con forti legami con il territorio e/o con le comunità locali), ricorrono alla rete per veicolare informazioni e agevolare l'appartenenza/identificazione con specifici gruppi di azione.

Il web diviene dunque non solo uno strumento alternativo rispetto ad altre forme di comunicazione e interazione, ma vero organo di promozione dell'organizzazione e azione (con effetti anche nell'off line)¹¹⁵. Movimenti che spesso sono legati al territorio e che da questo dipendono per la ramificazione, in grado di usare gli strumenti messi a disposizione dalla rete per potenziare comunicazione, rafforzare il gruppo degli aderenti o anche allargarlo, per proporre o discutere novità, realizzando iniziative e dimostrazioni off line a bassi costi.

Nel caso del *digital network-centered movement* (movimenti nati nei network digitali) si assiste ad un uso della rete come ambiente per l'attivismo politico, in cui prendono forma duali azioni, interne/esterne al movimento, con proprie caratteristiche, usando strumenti e possibilità comunicative attraverso i siti di social network. I processi di costituzione, affiliazione e definizione dell'azione negli spazi (luoghi) messi a disposizione dal web si costituiscono attorno ad azioni mediate da piattaforme di socializzazione quali *net stricking*, *mail bombing* e/o organizzazioni "*singol-issue*" (che si mobilitano, dentro e fuori la rete, per un comune tema/obiettivo/antagonista). Tra i tanti, ne costituisce un

si è data una denominazione unica ad un tale insieme di elementi di natura tanto eterogenea, oppure sono state usate altre espressioni". Cfr. http://it.wikipedia.org/wiki/Movimento_no-global.

¹¹⁵ Esempi significativi di organizzazione e azioni di promozioni sono possibili da rilevare nei *meet up* per la campagna elettorale di Howard Dean avvenuta nel 2004 (Flanagin et al., 2009) e in Italia quella dei "Grillini" e di Beppe Grillo (Di Gennaro e Pepe, 2009). Entrambi questi casi rappresentano l'evoluzione di movimenti legati al territorio (sia per la ricerca del consenso, la scelta dei temi in agenda, definizione di specifici messaggi, realizzazione di azioni specifiche).

esempio il movimento internazionale nato principalmente sul social network Twitter e ideato per promuovere azioni e iniziative (dentro e fuori l'Iran) a sostegno del popolo iraniano insorto contro il regime militare imposto da Ahmadinejad. I social network come le piattaforme di condivisione divengono vitali attraverso applicazioni da non ritenere esclusivamente accessorie e strumentali ma vitali per l'esistenza, la crescita e promozione di azioni, comunicazioni e informazioni. Anche in Italia è da segnalare uno tra i primi movimenti nati quasi spontaneamente in rete, con un suo organigramma interno che promuove attraverso la rete, con una puntuale articolazione di responsabilità, compiti e relative funzioni da svolgere anche con una serie diversificata di azioni on line e off line: il Popolo viola. Un movimento auto-definito attraverso l'adesione al gruppo di rete denominato "gruppo degli organizzatori" formatosi, in prima istanza, sul social network Facebook, e che innescando le potenzialità di *networking* di questo mezzo, si sono dati una propria e reale strutturazione, realizzando eventi anche di dimensioni considerevoli¹¹⁶. Ciò ci spinge a ragionare, come già nel 1950 aveva fatto Marshall T. H. nel testo "*Citizenship and Social Class*"¹¹⁷ e ritrovato in Jensen (2010, cit. pp. 15-18), su un nuovo modo di narrarsi come cittadino, richiamando l'idea di come concettualizzazioni di cittadinanza si siano avvicinate nel corso del tempo.

¹¹⁶ Nel dicembre 2009 il Popolo viola ha organizzato a Roma una manifestazione per sollevarsi contro il potere del governo Berlusconi, radunando oltre trecento mila persone abbattendo i costi, i tempi, i limiti dettati dalla distanza fisico e geografica.

¹¹⁷ Marshall T. H., Bottomore T. B., 1992, *Citizenship and Social Class*, Pluto Press (Independent Progressive Publishing), London . Traduzione Marshall T., 2002, *Cittadinanza e classe sociale*, Laterza, Roma-Bari. Per Marshall. sosteneva che divenire eguali significa divenire cittadini. Nel corso della storia il termine cittadinanza ha trovato diversi impieghi: indicatore del modo in cui sono ripartiti i poteri e le risorse nell'ambito di un ordinamento politico-sociale; rapporto tra individuo e ordine politico, inteso come partecipazione attiva del soggetto alla sfera pubblica; intersezione tra individuo e collettività. Nel suo significato attuale, la cittadinanza è il collettore di una molteplicità di diritti e doveri riferibili ad un individuo in quanto parte di un determinato assetto politico.

CAPITOLO QUINTO

STATO, MERCATO, COMUNICAZIONE WEB 2.0: CITTADINANZA E *CIVIC ENGAGEMENT*

«E' esattamente la distanza crescente tra la fiducia nelle istituzioni politiche e il desiderio di azione politica a costruire la crisi della democrazia. [...] La relazione tra fiducia politica e impegno civile mostra di essere diversa nelle democrazie nuove rispetto a quelle consolidate».
(Manuel Castells, 2010)

5.1 Nuovi media e comunicazione politica

Il rapporto tra le tecnologie, l'economia e la politica pone riflessioni interessanti. Ragionando nel primo *step* sul rapporto tra comunicazione e Stato, il fondamento di uno Stato democratico è la comunicazione/informazione. Comunicazione che avviene tra le stesse istituzioni ma anche con le associazioni politiche ed i cittadini. Affinché una democrazia funzioni si rende importante che la sfera delle istituzioni politiche sia percepita dai cittadini non come un corpo separato. I romani definivano lo Stato "*res publica*" intendendo con ciò la cosa che appartiene al popolo. Lo Stato ed i suoi strumenti comunicativi devono essere efficaci ma anche accessibili a tutti. Una comunicazione trasparente permette infatti la consapevolezza nello scegliere i propri rappresentanti in modo consapevole e informati. Permette in più di controllarne e indirizzare l'attività di Stato ma anche di esercitare liberamente e responsabilmente i propri diritti di partecipazione alla formazione della volontà generale. Importante ai fini di un'efficiente democrazia è lo scambio di informazioni e direttive dei vari corpi e istituti dello Stato. Specialmente nella società complessa come quella contemporanea. A questo si deve aggiungere come a contare, in tale tipo di comunicazione, sono le caratteristiche intrinseche di ogni *medium* che possono influire sugli stessi meccanismi della vita democratica. Si pensi al riguardo all'acceso dibattito che si è scatenato, tra studiosi e fruitori, nel rapporto tra politica e televisione. Quest'ultima ha assunto un ruolo sempre più di rilievo nella comunicazione politica dalla metà del ventesimo secolo. Oggi di fatto questo *medium* è il più potente nel settore della politica scavalcando il ruolo della stampa (che dal Settecento aveva rivestito un'importante ruolo nella costituzione dell'opinione pubblica e della formazione di una coscienza politica). I *medium* in generale hanno poi sostituito la comunicazione interpersonale che avviene nei luoghi intermedi di partecipazione politica (ad esempio le sezioni di partito, i comizi e le assemblee sul lavoro). La televisione si basa su una comunicazione verticista e unidirezionale e i suoi messaggi sono persuasivi, per quanto la disquisizione sui destinatari della comunicazione abbia lasciato l'idea che i fruitori/consumatori di contenuto fossero passivi. Oggi invece si ritiene più che mai che l'audience sia attiva, capace di decodificare il testo contestualizzando nel contesto in base ai propri codici culturali e sociali. Nonostante l'attività nella decodifica del messaggio, la comunicazione politica (e non solo) mediata dalla televisione limita le possibilità di controllare e criticare i messaggi. Non consentendo la partecipazione dei cittadini al discorso politico. Motivo per cui molti criticano la possibile "virtualizzazione televisiva" della comunicazione politica per i suoi possibili effetti antidemocratici. Lo spazio della politica è lo spazio di "inter-esse"

o “dell’essere fra” sottolinea Arendt, il fatto dunque di esistere in uno spazio che è anche costitutivo di rapporti specificamente politici, di rapporti che si fondono tra i diversi attori. Una politica che tende sempre più a personalizzarsi e pubblicizzarsi per divenire pubblica e dunque pubblicabile. Lì dove è ancora la televisione a detenere il primato della comunicazione anche politica, con rischi annessi, Internet potrebbe essere l’alternativa del futuro. La natura interattiva della comunicazione virtuale, potrebbe ricostituire il tessuto costituente della comunicazione dialettica, alla base del funzionamento corretto della politica. Ciò perché la rete può fornire a istituzioni (ma anche associazioni politiche, cooperative centrali e altre forme) un buono strumento per veicolare informazioni verso i cittadini. Di contro, la rete permette anche la partecipazione attiva dei cittadini al dibattito pubblico come alla formazione dei diritti e orientamenti politici nelle istituzioni come nei partiti. Gruppi di discussione e comunità virtuali, nel senso ancora della politica, possono divenire nuovi luoghi di partecipazione, in cui i cittadini possono manifestare le proprie opinioni contribuendo alla formazione della volontà generale. Anche se con dei limiti. Nonostante questi discorsi teorici, l’uso di Internet da parte della politica oggi è poco brillante. Ciò non dal punto quantitativo, poiché superata una prima diffidenza verso Internet, le istituzioni come la politica, soprattutto i politici, hanno percepito le possibilità innovative della rete. Il *deficit* è dal punto di vista qualitativo. Basti pensare a siti istituzionali in cui sussiste ancora una logica comunicativa verticistica e unidirezionale a causa della limitata potenzialità messa in atto da questi spazi di comunicazione virtuale, utilizzando limitatamente le potenzialità della rete. La comunicazione della politica contemporanea sembra legarsi al sistema politico in sé ed ai suoi attuali protagonisti, scartando le potenzialità dei media con cui la comunicazione viene effettuata. In tal caso si necessita di un cambiamento di cultura politica¹¹⁸.

Le discussioni sulla democrazia virtuale traggono ispirazione dall’opposizione classica tra il modello della democrazia rappresentativa e quello della democrazia diretta, formulata nel Settecento da J. Jacques Rousseau e ritornata nella politica occidentale. Mentre nella *democrazia rappresentativa* i cittadini eleggono periodicamente dei rappresentanti che esercitano il potere per loro conto attraverso istituzioni quali il Parlamento e governo senza vincoli di mandato. Tranne per il fatto che se i cittadini non sono soddisfatti del loro operato possono non rieleggerli alle elezioni successive. Il luogo della rappresentazione è anche luogo di mediazione politica, grazie ai quali interessi differenti sono inclusi negli interessi generali. Di contro nella *democrazia diretta* la partecipazione dei cittadini è diretta alle decisioni

¹¹⁸ In Italia i partiti politici hanno siti istituzionali in rete. Dall’autunno del 1996 sia il Senato che la Camera dei Deputati, le due massime rappresentazioni dell’ordinamento italiano, hanno il proprio sito. Entrambi i servizi sono raggiungibili all’indirizzo <http://www.parlamento.it> e <http://www.camera.it> e <http://www.senato.it>. Come partiti e movimenti politici l’elenco è scaricabile dal “*Political Corner*” sito di Agorà, noto *provider* italiano all’indirizzo <http://www.agora.stm.it/politic/italy1.htm>. Anche enti locali e comuni sembrano aver percepito efficacia e principi della comunicazione interattiva. L’uso delle reti civiche è interessante per quanto riguarda l’uso politico delle nuove tecnologie. Inoltre iniziano a comparire sportelli virtuali, mediante i quali è possibile richiedere certificati ed effettuare alcune pratiche da casa (esemplare è il caso di Iperbole, rete civica del comune di Bologna <http://www.comune.bologna.it>).

collettive. L'assemblea del popolo esercita il potere. In casi eccezionali la democrazia diretta prevede l'elezione di rappresentanti che agiscono con vincolo di mandato, revocabili in qualunque momento. Esempio di quest'ultimo tipo di democrazia è dato dall'antica Atene dell'età ellenica dove i cittadini si riunivano in agorà, piazze, dove decidevano le leggi. Una democrazia che oggi vive nei nuovi strumenti di comunicazione.

5.2 Governare con e attraverso il web sociale

L'impatto politico-sociale delle tecnologie informatiche è legato alla "sorveglianza elettronica" ed alla *privacy*. Tracce digitali che parlano della vita, dei gusti, delle abitudini e delle convinzioni di ciascuno. Sin dagli arbori gli Stati moderni si sono basati sul controllo burocratico dei cittadini. Con l'informatizzazione sia la quantità che la qualità del controllo si sono modificati. Soprattutto per l'interconnessione di sistemi digitali in grado di registrare dati che possono essere raccolti e usati dal potere politico come strumento di sorveglianza e all'occorrenza di repressione. Di contro anche se la rete può essere uno strumento come altri, il suo uso cosciente e intelligente, messo in atto da attori indipendenti per scopi strumentali, permette di dire che "le democrazie on line avranno l'aspetto delle democrazie off line, solo che i loro utilizzatori e partecipanti useranno le e-mail e/o comunicheranno per mezzo delle *chat*" (Rash, 1997; Rheingold, 1994). Inoltre le democrazie che possiedono i mezzi di comunicazioni di massa, (radio, giornali, telefoni, tv) non sono perfettamente paragonabili a quelle che non li possiedono, poiché la nuova "tecno-cultura" ne riformula le dinamiche. La visione meramente strumentale delle analisi politiche incorniciano una visione solo parziale, o meglio "una visione sterile" (Lievrouw e Livingstone, 2011).

Nella rete virtuale si possono concettualizzare due livelli di approccio:

un primo livello è *governare con la tecnologia*, approccio che vede la rete come strumento per razionalizzare e reindirizzare nuovi strumenti di controllo (Anderson e Cornfield, 2002; Norris, 2001; Poster, 2001). La politica nel suo personalizzarsi e politicizzarsi, ha compreso e fatto suo l'uso della rete 2.0 per "governare con" il cui fine per molti potrebbe essere ancora quel "Grande Fratello" descritto in 1984 da Orwell.

Un secondo livello è *governare attraverso la tecnologia*, approccio che si riferisce al modo in cui la rete permette un regime di governo attraverso la tecnologia. Riesaminando il modo in cui la comunicazione mediata dal computer (CMC) definisce pratiche e valori sulle reti di informazione, oltre le intenzioni consapevoli degli utenti, in cui la soggettività politica si trasforma negli ambienti digitali in modalità differenti d'importanza (Bimber, 2003 a; Heim, 1998). Di fatto le reti digitali possono essere usate sia dai governi per governare ma possono anche costituire veri e propri territori operativi "dotati di discorsi e

pratiche culturali proprie” (Lievrouw, Livingstone, 2011, p.307), andando oltre la sovranità territoriale degli Stati-nazione (Mattelart, 1994). La “cittadinanza della rete” non conosce i confini della “cittadinanza tradizionale, poiché la rete è più estesa di qualunque città” (Bimber, 2003). Inoltre la commercializzazione del *cyberspace* sta ridefinendo le realtà politiche della vita on line (Virilio, 1995). Nuovi valori di interazione sono dati dai mercati virtuali e dal commercio elettronico ridefinendo lo stato iperreale e cyberspaziale (Lievrouw, Livingstone, 2011). Un tecnocrate come Negroponte riconosce che le “potenzialità dell’essere digitali” è “l’ultima grande transizione della modernizzazione” (1995; Lievrouw, Livingstone, 2011). Ciò a dire che è impossibile sfuggire alla *governance* tecnologica, in uno stato “iperreale”¹¹⁹ dove i computer oltre ad essere collegati ad ogni essere umano “colonizzano anche gli altri oggetti per comunicare tra di loro” (Mitchell, 1997). Contenuti liquidi capaci di superare ogni barriera spazio-tempo e che danno vita ad un ipertesto virtuale fatto di link e nodi (ma anche hub cioè connettori tra gli ultimi due), una metanarrazione che avviene in rete, spazio virtuale ove prende forma una *subpolis* che lascia spazio non solo all’azione collettiva ma anche all’immaginazione. Spazi subpolitici che per Roszak sono forme di un “materialismo digitale” (di rimando al noto materialismo di Karl Marx). In cui una struttura come la rete offre anche possibilità di narrazioni libere, una sovrastruttura di culture riflessive che mettono in atto azioni morali tese al bene comune e a sistemi di relazione in cui corresponsabilmente portare avanti istanze individuali e collettive. Spazi in cui per molti la criticità risiede nel fatto che Bill Gates creatore della *Microsoft*, e tanti altri come lui, magari più anonimi, stanno organizzando una rivoluzione dai loro desktop (1994). La connettività on line è più di un oggetto anche se non proprio ancora un soggetto che offre un passaporto per entrare in un nuovo modo di vivere (Lievrouw, Livingstone, 2011). Internet è meta-nazionale anche per i suoi programmi: spazio aperto gestito da agenzie telefoniche transnazionali, agenzie di software, agenzie scientifiche nazionali, gruppi tecnico-professionali come da aziende che lavorano nel campo dei media. Bill Gates riconosce che in tale spazio “il mercato globale dell’informazione sarà vastissimo e comprenderà tutti i diversi canali attraverso cui gli uomini si scambiano beni, servizi, idee” (1996, p. 13). Internet di fatto permette di accrescere le regole dell’identità, da un “noi” ontologico inteso nel senso di “chi siamo” ad un “noi” epistemologico nel senso

¹¹⁹ Il sociologo Baudrillard riconosce alla simulazione la riproduzione sociale, che ora avviene attraverso l’elaborazione delle informazioni e della comunicazione e non più organizzandola in base ad una produzione in quanto forma organizzatrice della società e segno esistente nel sistema simbolico, che associa il lavoro allo *status* di una persona. Così che, l’economia politica perde la propria funzione di categoria interpretativa della modernità, con l’avvento di una società postmoderna, che ha determinato l’introduzione di una “iper-realtà” di simulazioni, in cui predominano le immagini e le attività dei segni, che proliferano producendo incessantemente altri segni. L’iperrealtà dunque diviene un simulacro: immagini che ricevono senso solo da altre immagini e non hanno fondamento in una “realtà esterna”. Di fatto nella società postmoderna la tecnologia sostituisce il capitale, mentre la produzione e la proliferazione di segni simbolici ed immagini simulate sostituiscono la produzione di beni. Una visione “transvalutativa che crea la visione post moderna della nostra cultura”. Nel cyberspazio ci si riferisce in tal proposito anche come “*iperbidimensionalità*”: nelle blogosfere e per le cyberculture della postmodernità è possibile usare molti nick e avatar, vivere e fantasticare altre vite all’interno di un gioco virtuale e comunitario. Cfr. Mappelli M. M., Lo Jacono R., (2008), *Pratiche collaborative in rete. Nuovi modelli di ricerca universitaria*, Mimesis, Milano

di “dove stiamo andando”, che diventa una coscienza per riconfigurare il mondo nel vasto mercato interno per scambi transnazionali che è, probabilmente, l'essenza dell'essere digitali. O come dice Castells, stiamo diventando tutti bit e “la globalizzazione sta semplicemente diventando digitale” (2002). In tale panorama anche il sapere, per Lyotard, assumerà “forma di merce-informazione indispensabile al potere produttivo, continuerà ad essere la più grande scommessa nella competizione mondiale per il potere” (1981, p. 14). I tradizionali obiettivi liberal-umanisti lavorano in mediazione con l'essere digitale attraverso dati, informazioni, conoscenza. L'informazione “on line e off line, viene e verrà prodotta per essere venduta, (...) consumata, per essere valorizzata in un nuovo tipo di produzione: in entrambi i casi l'obiettivo è lo scambio” (Lyotard, 1981, p. 12). Soluzione di ciò è l'accettazione del sistema.

Nonostante oggi si rimanga intrappolati all'interno di un qualche sistema politico, le capacità off line per lo svolgimento di alcune pratiche, come la formazione, l'applicazione e il giudizio delle leggi, di fatto, non possono essere applicate in domini subpolitici on line (Lievrouw, Livingstone, 2011). Così che se anche la rete non raccoglie ogni istanza delinea però nuove forme di relazione tra attori istituzionali e attori collettivi, individualmente intesi. Soprattutto per l'inadeguatezza oltre che indolenza collettiva verso la democrazia nel mondo off line. Relazioni tra attori istituzionali o collettivi che nell'on line possono essere letti come una audience destinata a spettacoli teatrali. Mentre nuove e decisive rivoluzioni, per accrescere i poteri telematici globali, verranno combattute “nelle vesti della normalità” (Beck, 2000). Una quotidianità in cui ogni informazione di ciascun individuo può essere gestita dai potenti detentori delle reti, come nel caso del già citato Microsoft, che è in grado di conoscere gusti, inclinazioni e preferenze di ogni utente-consumatore nel passaggio sui propri spazi virtuali. Definendo, in qualche modo, una “*società alternativa*” che deriva da una “applicazione microelettrica, della tecnologia genetica e dei mezzi di informazione”. Uno spazio virtuale dove parallelamente uffici, enti statali, cabine elettorali ed enti di servizio divengono siti fisici del potere politico, così come sedi della produzione economica (o anche sedi centrali di società, uffici vendite) e siti destinati ad un consumo personale (quali uffici di brokeraggio, nuove librerie), siti della riproduzione culturale (come biblioteche, centri ricreativi cittadini), possono essere on line allo scopo di ridurre i costi, tagliare il personale, migliorare il servizio e aumentare la soddisfazione del cliente (Lievrouw, Livingstone, 2011). Di fatto la rete telematica offre servizi e applicazione a costi bassi e accessibili a tutti. La maggiore libertà economica che si respira in rete, come il gran numero di beni e servizi che definiscono questa libertà, passa sotto la lente di ingrandimento di chi oltre a godere di tali libertà è consapevole del grande controllo e monitoraggio psicodemografico sia on line che off line.

5.3 Relazioni in/di rete

"[...] l'insieme di quegli elementi dell'organizzazione sociale come la fiducia, le norme condivise, le reti sociali che possono migliorare l'efficienza della società nel suo insieme, nella misura in cui facilitano l'azione coordinata degli individui"
(Putnam, 1993, p 169)

La rete virtuale non è, come visto nel paragrafo precedente, solo uno strumento con cui fare i conti per il perseguimento di diritti come quello sulla *privacy* ma la sua novità, a cui si lega un interesse degli scienziati sociali, risiede nelle possibilità che offre di mettere in connessione i vissuti di quanti la abitano, creando relazioni. Il soggetto inizierà ad ampliare la propria rete di conoscenze ed a relazionarsi con individui dal bagaglio valoriale ed esperienziale diverso dal proprio. Entrando in contatto con soggetti differenti per esperienza e per conoscenza, l'individuo può aumentare il proprio capitale all'interno della società. Pertanto, un individuo che nel corso della propria esistenza si relaziona con altri soggetti, accrescerà le proprie conoscenze, così da rincorrere fini altrimenti difficilmente raggiungibili. Di fatto l'unione di soggetti, dai differenti bagagli culturale (di valori ed esperienziale) rende possibile risolvere problemi collettivi, facendo perno su reti relazionali e su capitali sociali che variano da individuo ad individuo. Per questo motivo si è assistito ad un crescente interesse nello studio del capitale sociale, identificandolo, da parte di alcuni autori, come la chiave per capire le dinamiche sottese allo sviluppo di una società.

La formazione di un capitale sociale teso al bene comune grazie all'impegno di persone che si dedicano alla creazione di un mondo più vivibile, migliorabile per le generazioni attuali come per quelle future. Persone, "creatori attivi di una nuova cultura" (Cheli, Montecucco, 2009) che nell'esprimere il proprio interesse per la vita del pianeta, attraverso pratiche di consumo responsabile/sostenibile/critico, svolgono azioni sensibili per uno stile di vita più sano e consapevole. Consapevolezza che è messa in rete attraverso i media sociali, sistema virtuale, che costituiscono un enorme palcoscenico (digitale) dove noi costruiamo il nostro ruolo sociale in maniera rigorosamente scrupolosa: scelta della foto del profilo, scelta degli interessi da inserire nel profilo, scelta delle applicazioni da usare, del linguaggio da usare, ma anche scelta del criterio con cui accettare inviti da amici o estranei che vorrebbero intessere relazioni on line. Pizzorno direbbe che "le relazioni servono ad andare avanti nella vita, a trovare lavoro, a far carriera, a combinare affari" riducendo il tutto nella proposizione "val molto di più *chi* uno conosce, che *non che cosa* uno conosce" (Bagnasco, Piselli, Pizzorno, Trigilia, 2001). Riperkorrendo ciò che anche Granovetter (1998) mette in atto nella sua analisi dei legami deboli che si costituiscono in rete e dell'importanza di questi, rispetto quelli forti, ad esempio nella ricerca del lavoro. Capitale sociale importante anche nella costruzione di un'opinione pubblica sempre più attenta e unita nella convinzione della ricerca del bene comune. Capitale sociale che assume importanza quanto più alto è il numero di "capitale umano" e di relazioni sociali in cui "l'individuo era inserito durante il processo di socializzazione" (Loury, 1977). Capitale umano inteso

come accumulo di conoscenze e abilità con cui gli individui contribuiscono al processo produttivo e di ricchezza¹²⁰. Per Pierre Bourdieu il capitale sociale è dato dalle *risorse* che derivano dal *possesso* di un attore sociale, così il perseguimento di determinati fini divengono oggetto ancora del capitale sociale (Coleman, 1990)¹²¹. Le *relazioni* che si costituiscono on line, come quelle off line di *mero incontro*, sono caratterizzate per non richiedere necessariamente la riconoscibilità dell'identità dell'altro quando ci si *incontra*, anche se le relazioni portatrici di capitale sociale sono quelle in cui l'identità dei partecipanti, più o meno duratura, sia riconosciuta. Ipotizzando forme di solidarietà o reciprocità¹²². E' ciò che accade nel numero sempre crescente di quanti si uniscono dietro la voce *Occupy Wall Street*. Si assiste in tal caso a *scambi di reciprocità* che distinguono in sé *solidarietà di gruppo* e *fiducia imposta* (Portes, Sensenbrenner, 1993), attuando quei meccanismi, ben visibili nel 99% dei partecipanti, che permettono mobilitazione di capitale sociale. La *solidarietà* che si forma è nata da gruppi coesi legati sì da "legami forti" ma principalmente connessi in "legami deboli" (Granovetter, 1998, pp. 117 e ss.) agendo secondo principi di solidarietà di gruppo. Gli *obblighi di solidarietà* che nascono all'interno dei gruppi sono di *fiducia*, meglio ancora "fiducia interna" (Bagnasco, Piselli, Pizzorno, Trigilia, 2001). Una scelta razionale in termini di interesse che delineano le relazioni che sono andate costituendosi:

1. una potenziale cooperazione per fini comuni, così è il caso di quanti, nella figura di "operatori", stabiliscono accordi;
2. relazioni attraverso cui gli operatori, come sarebbe anche nel caso di operatori "economici", forniscono ulteriori informazioni sulla propria reputazione professionale;

¹²⁰ La letteratura esistente in merito al "capitale sociale" è oramai vasta, come constata anche Portes (1998). La sua fondazione teorica è da riferirsi essenzialmente a tre autori, seppur convergenti: Pierre Bourdieu, James Coleman, Alejandro Portes. L'ultimo autore si ricorda essenzialmente per i contributi su tale argomento affrontati assieme a Julia Sessenbrenner (1993). Mentre Bourdieu è interessato principalmente a definire il capitale sociale in riferimento al suo studio sulla stratificazione sociale. Soffermandosi principalmente su come le relazioni di famiglia, amicizia, di circoli sociali di appartenenza e delle istituzioni della vita mondana agiscano in differenti meccanismi a sanzionare e rafforzare le distinzioni di classe. Per Bourdieu il capitale sociale deve essere spiegato solo in modo strumentale, come risorsa per le strategie individuale. Anche per Coleman il capitale sociale è del tutto strumentale tra un donatore e il controllo dell'identità dell'altro o la reciprocità di tipo universalistico. Anche in Portes e Sensenbrenner il concetto di capitale sociale è collegato a quello di reciprocità, ma non solo, anche all'interiorizzazione di valori, solidarietà collettiva ("sentimento del noi") coscienza di classe, di comunità, fiducia imposta (ottenuta attraverso ricompense o sanzioni emanate da un gruppo). Cfr. P. Bourdieu, 1980, *Le capital social: notes provisoires*, in *Actes de la Recherche en Science Sociales*, num. 3, pp. 3-5; A. Portes, J. Sensenbrenner, 1993, *Embeddedness and immigration: Notes on the social determinants of economic action*, in *American Journal of Sociology*, num. 98, pp. 1320-1350; A. Portes, 1998, *Social capital: Its origins and applications in modern sociology*, in *Annual Review of Sociology*, pp. 1-24.

¹²¹ Si deve (ri)conoscere che esistono anche relazioni di ostilità, sfruttamento o conflittuali, meno interessanti per tale discorso.

¹²² Si pensi in tal caso allo scambio nel consumo in cui si può verificare sia che l'identità non conti ai fini dell'azione di consumo o che invece assuma importanza. L'identità non si rende importante nel caso di relazioni di consumo che possono avvenire ad esempio in un supermercato o nelle compravendite. Di contro, diviene rilevante rendersi riconoscibile nel caso ad esempio dei *self service* per il consumo di benzina, in cui la targa diviene simbolo di riconoscimento. Motivo per cui a nessuno di sensato viene in mente di andar via non pagando di non essere riconosciuto.

3. una forma di reciprocità dilazionata, un *do ut des*, così che le persone che decidono di dare, divenendo attivi nel consumare e premiando quanti producono un contenuto “libero” si aspettino di ricevere, in quanto partecipanti, reali benefici nel futuro. Come il far desistere da nuove e possibili forme di censura che avevano già lasciato il loro inarrestabile riscontro nel periodo totalitarista italiano, rimanendone traccia nella memoria storica.

Una modificazione, seppur minima, dell'identità degli individui che sono entrati in rapporto duale di “gratitudine” o meglio di “riconoscimento” fra i partecipanti a questi movimenti, quasi un *dono* che prende la forma di un “dono rituale” (Malinowski, Mauss, *et al*) in cui i partecipanti sono pronti a (ri)partecipare, dando vita, così come anche Pizzorno lo definisce, ad un *capitale sociale collettivo*. Nell'on line un social network come Facebook, ad esempio, declina il meccanismo del dono attraverso un armamentario che prende la forma di test come i *poking* (l'uso della funzione “*poke*”) ma anche nella funzione di “scrivi sulla bacheca”. I social network consentono di rinsaldare i legami sociali. Questi offrono un palcoscenico dove si interpreta uno specifico ruolo. La nostra casa e altri luoghi particolari è come se fossero un retroscena dove noi prepariamo accuratamente la nostra presenza sociale, direbbe Erving Goffman. Così nei social media non si costituisce una cerchia di riconoscimento in grado di identificare “durevolmente ogni membro” tanto che si può ancora asserire che è “solo una comunità di riferimento ideale a cui si *immagina* di appartenere” (Bagnasco, Piselli, Pizzorno, Trigilia, 2001, p. 32). Questo a sottolineare come la *mobilitazione di capitale sociale* non abbia dato vita a sottocomunità concrete dell'unità sociale immaginaria di riconoscimento. Assistendo a conseguenze che appartengono principalmente ad una valutazione soggettiva, le cui conseguenze virtuali sono connesse con l'appartenere alla stessa tendenza ideologica.

Un “universalismo” in cui la relazione tra i partecipanti può essere idealmente pensata tra A (cioè coloro che prendono parte in prima istanza) e B (coloro che vi partecipano aderendo alla richiesta *secondo coscienza*), escludendo qualsiasi forma di interesse anche immaginario. Il capitale sociale è dunque una premessa che mi permette di delineare non solo l'agire individuale ma anche una teoria della democrazia, in cui “relazioni interpersonali virtuali” vengono prodotte e riprodotte al fine di costituire il tessuto di “socialità”. Mettendo in luce come accanto ai modi di costruzione e funzionamento delle istituzioni per garantire l'ordine e di reti interpersonali che avvengono nell'incontro off line, si assiste anche alla costituzione di reti virtuali in cui – esattamente come per le reti interpersonali – si osservano strategie per il perseguimento di fini individuali. Una scelta razionale dei soggetti coinvolti “portatori di fini” che sono tali solo perché sono stati “riconosciuti” da altri. Detto altrimenti in quanto gli sono stati riconosciuti diritti o, come direbbe Coleman, in quanto vi prendono parte non “individui naturali” ma “individui che sono stati riconosciuti previamente da altri come portatori di diritti” (Coleman, 1990, pp. 33-46).

Queste forme di “capitale sociale mobilitabili” si sono costituite proprio quando si è avvisato un *deficit* nelle forme di socialità. Un'evoluzione del

capitale sociale che Putnam faceva risalire ai fenomeni di mobilità sociale e geografica¹²³, includendo anche quella di mobilità del capitale finanziario, i *trusts* che segnano lo sviluppo del capitalismo (Putnam, 1995), mentre per Granovetter è dettata da “reti sociali aperte” in cui i “legami ponte” sono in grado di collegare ogni individuo a comunità e comunità ad altre. L’importante è che ogni individuo riesca a creare reti di relazioni al di fuori del proprio gruppo di appartenenza. Pur tuttavia si rende necessario tener ancora presente una stratificazione di classe, nella divisione dei “ricchi” (detentori del potere politico) ed i “poveri” (tutti gli altri, quelli che non possono accedere al potere politico e usufruire di vantaggi economici e decisionali) (Bourdieu, 1980).

In ogni caso il flusso di comunicazione che transita nelle relazioni sociali ha facilitato l’azione, favorendo, nelle relazioni di reciprocità, la fiducia interpersonale e la disponibilità al mutuo appoggio, stimolando la capacità a cooperare. Tanto che il capitale sociale assume natura di bene pubblico. “Come attributo della struttura sociale in cui la persona è inserita (*embedded*), il capitale sociale non è proprietà privata di qualcuna delle persone che ne traggono vantaggi” (Coleman, 1990, p. 315). Di fatto il capitale sociale, come anche in questo caso, è spesso un sottoprodotto (*by-product*) di attività iniziate per altri scopi, un concetto generale che si concretizza nell’azione creativa degli attori, nella realizzazione di progetti pratici. Combinazioni simboliche e materiali con cui ogni soggetto si appropria al fine di conseguire i suoi scopi. Le relazioni sociali che vanno così definendosi all’interno delle reti sono “fonte di benefici” (esattamente come caratteristica del capitale sociale) di cui ognuno può appropriarsi attraverso il sostegno e le relazioni.

Un *support system*, una *densa rete*, che ha permesso un *sostegno efficace*¹²⁴. Naturalmente la “personalità” degli attori coinvolti nella produzione del contenuto giocano un ruolo importante nella creazione e mantenimento del *network*¹²⁵. Il “bene pubblico” delle relazioni sociali create sono fruibili non solo

¹²³ Il concetto di mobilità che trova lustro all’interno della Scuola di Chicago suggerisce due modi di leggere la mobilità: una *mobilità geografica*, intendendo quei flussi migratori transnazionali (fino all’urbanizzazione o il pendolarismo); una *mobilità sociale* intendendo la maggiore o minore possibilità degli individui appartenenti a gruppi differenti di ascendere o discendere socialmente (come classe, posizione professionale, di prestigio). Pizzorno suggerisce come la mobilità in termini di densità “moltiplica gli stimoli, gli incontri, le variazioni, le possibilità di porsi scopi nuovi e di appartenere a nuovi gruppi”. Cfr. A. Pizzorno, 1979, *Introduzione* in Park *et al.*, *La città*, cit.

¹²⁴ Per Fisher (che nei suoi studi sviluppa una comparazione sistemica di *networks* di persone che vivono nelle grandi aree urbane) le reti che ricevono un sostegno efficace dipendono da variabili quali istruzione, reddito, età degli individui e altre variabili simili). Per Fisher inoltre la densità della rete non è strettamente correlata alla percezione del benessere: la densità della rete si accompagna a uno stato d’animo migliore fra le persone meno agiate ma determina uno stato d’animo peggiore fra quelle più ricche. Dimostrando ancora come le risorse relazionali sono decisive solo in particolari contesti e in riferimento a specifici obiettivi. Cfr. C. S. Fisher, 1982, *To dwell among friends: Personal networks in town and city*, The University of Chicago Press, Chicago.

¹²⁵ Il capitale sociale di cui si sta parlando subisce, per molti, un’evoluzione dinamica. Per Boissevain il concetto di capitale sta ad indicare le reti informali di rapporti che i mediatori sociali, definiti “*social brokers*” attivano e manipolano per i propri scopi. Il mediatore mette le persone in contatto fra loro al fine di trarne un profitto. Il broker diviene quasi un “imprenditore antropologico”. Così pensando all’attività di mediazione come una rete personale di relazioni, cioè da canali di comunicazione che controlla e che gli altri pensano sia il suo capitale. Cfr. J. Boissevain, 1974, *Friends of friends*, Basil Blackwell, Oxford.

da coloro che hanno contribuito a crearlo ma possono essere estendibili anche ad altri. Per Coleman i benefici di una certa forma di capitale sociale sono appropriabili solo da parte degli attori che fanno parte di una certa struttura e organizzazione (Coleman, 1990, p. 313-317). In generale si può dire che la società, da qualunque punto la osserviamo, costituisce capitale sociale alla cui creazione tutti contribuiscono e i cui sacrifici sono fruibili da parte di tutti (Bagnasco, Piselli, Pizzorno, Trigilia, 2001, p. 61). Capitale sociale per cui ad entrare in gioco sono i cosiddetti “meccanismi di livellamento” (regole ereditarie ma anche doveri civili) volti a minimizzare le differenze fra individui che partecipano a creare e consumare contenuto, assicurando una “democrazia della povertà” che consente a tutti di sopravvivere così da proteggere “l’equilibrio della società” (anche economico) e assicurarne la continuità sociale. Una proprietà dell’intero sistema sociale che favorisce la democrazia e lo sviluppo economico (Putnam, 1993; Fukuyama, 1996). Il capitale sociale e il senso civico che investe ciascuno, si costituiscono come rilevante caratteristica dell’organizzazione sociale quali la *fiducia*, le *norme di reciprocità*, *cooperazione*, e *azione collettiva*, aumentando l’efficienza della società (Putnam, 1993). Norme di reciprocità nel senso di reti sociali di tipo orizzontale che generano *fiducia*, tenendo sotto controllo i comportamenti opportunistici e favorendo l’azione collettiva (Putnam, 1993, p. 202). Attuando relazioni di solidarietà e cooperazione. Nelle analisi condotte da Putnam nel suo lavoro del 1993 sulla società civile italiana, emerge chiaramente come il capitale sociale, inteso come “variabile che fa la differenza” in relazione ai rendimenti delle istituzioni ma anche del sistema economico ai contesti ed alla storia, diviene importante nello stesso funzionamento delle istituzioni. Funzionamento, seppur differente tra il Nord ed il Sud del Paese, è supportato dalla rete virtuale che sembra colmare i vuoti di capitale sociale tra i due poli geografici, dando nuova linfa al senso civico. Lì dove persistono ancora disparità nel capitale sociale del Sud d’Italia, a causa del circolo vizioso di sottosviluppo economico e politico, principalmente per quello che Putnam, riprendendo Banfield (1961), definisce un “familismo amorale”, intendendo con ciò le inclinazioni che tendono alla famiglia attraverso la categoria del “familismo” e la politica attraverso la categoria del “clientelismo”, responsabili dell’arretratezza economica e del blocco nello sviluppo della società civile. Ma proprio le contronarrazioni di contenuti nati attraverso le reti virtuali anche su questi aspetti hanno prodotto una coscienza/conoscenza meno resistente alle categorie evidenziate durante la lunga osservazione di Putnam. Finendo quasi per rinfrancare i cuori di chi ha duramente criticato tale visione, contrastando l’idea che l’impegno civico su cui lo studioso americano si concentra sfugga dalle “virtù” di un Meridione incapace di organizzarsi per il bene comune. Per Mutti (1994) e Bagnasco (1994), Putnam ha di fatto creato falsi stereotipi (Portes e Landolt, 1996). Principalmente per una visione statica della cultura, delle tradizioni morali e civili, in cui non si è tenuto invece in conto il ruolo attivo degli attori. Le “reti di impegno civico” che nascono nelle reti virtuali sono espressione di interazioni orizzontali, rappresentando una componente essenziale del capitale sociale, superando anche quei vizi individuati da Putnam. Confermando l’idea che la ricchezza di relazioni disinteressate e legate da interessi comuni privilegiano l’idea di Putnam che quanto “più è ricca una comunità, tanto più è probabile che

i cittadini vi collaborino a vantaggio di tutti” (1993, p. 204). E’ proprio lo *status* di cittadini italiani che ha dato anche al meridione dei vantaggi. *In primis* ha consentito l’accesso privilegiato nel mercato del lavoro nelle regioni centrali italiane con maggiore libertà di condurre le lotte industriali di quanto oggi possano gli emigrati in altri Paesi, permettendo di rivendicare i propri diritti sulle risorse controllate dalle regioni centrali. Sottolineando l’importanza delle dinamiche non solo della “*world-economy*” ma anche di quello Stato-nazione di cui sono parti integranti. (Piselli, 1981). Inoltre proprio quel “associazionismo” a cui fa riferimento Putnam ha permesso la crescita, negli ultimi quindici anni anche nel Sud d’Italia, di uno spirito cooperativo e fitte reti di fiducia e solidarietà tra i cittadini (Trigilia, 1995; Santoro, 1995) che si sono di fatto tradotte in opportunità di questa modernizzazione sociale e politica.

I network di relazioni che si costituiscono nella società italiana attraverso la rete telematica danno modo di innescare potenziali azioni degli individui attraverso le strutture di relazione. Relazioni di autorità, fiducia, e norme che danno avvio ad una trasposizione consensuale. Relazioni che prendono forma come componente della struttura sociale. Elementi sia della struttura o sistema sociale che come risorse degli individui che perseguono i propri scopi. Gli attori si costituiscono intorno a network di relazioni in cui sono inseriti e attraverso cui sono state attivate le risorse per le proprie strategie. Gli attori hanno di fatto attivato *relazioni di autorità* così da trasferire quei “diritti di controllo” creando nuovo capitale sociale (Bagnasco, Piselli, Pizzorno, Trigilia, 2001, pp. 79-80) cercando di levare “una voce unica” contro la tradizionale “*performance* istituzionale”. La cultura politica diviene, nell’ipotesi di Putnam, la variabile decisiva per poter spiegare le differenze di *performance* (1993). Definendo l’Italia come “*parochial*” per la mancanza di due dimensioni importanti per la definizione della “*civic culture*” tipica dei Paesi democratici: “*partecipant*” (intendendo con ciò una cultura politica razionale e informata) e “*subject*” (una cultura politica che esprime fiducia e rispetto nell’autorità). Per Putnam le differenze di *performance* a secondo delle regioni è legata alla quantità di presenza di *civicness*. Per *civicness* Putnam intende il tessuto dei valori, norme, istituzioni e associazioni che permettono e sostengono l’impegno civico (rinvigorendo un concetto che è da ritenersi importante e di risposta alla legittimazione oggi designata alla politica). Impegno civico che si contraddistingue per solidarietà, fiducia reciproca e tolleranza diffusa. Dunque *civicness* (come riferiscono Almond e Verba, 1963) come contrario del “familiarismo amorale” introdotto da Banfield teso a “massimizzare i vantaggi materiali a breve termine del nucleo familiare” (1961). *Civicness* è “*l’interesse valutato nel contesto di un più globale interesse pubblico*” (Putnam, 1993, p. 103). Ciò a dire che differenti rendimenti istituzionali dipendono da differenti dotazioni di capitale sociale, così che “sia gli Stati che i mercati operano in modo più efficace se il contesto ha una ricca tradizione civica” (Putnam, 1993, p. 214). Nel senso che il capitale sociale, più di quello economico e umano, contribuisce a costituire la modernizzazione e lo sviluppo. Nelle convergenze economico-politica del mondo globalizzato le differenze culturali, che per Bagnasco hanno importanti radici nelle religioni, possono anche produrre efficienza economica quando le persone lavorano bene insieme sulla base di

valori comuni. Una prassi etica “ereditata” per l'appunto dalla cultura. I *network* di relazione sono differenti proprio per l'esistenza di differenti forme di culture della famiglia che rimandano ad altrettanti disparati codici etici.

5.4 Cultura e cittadinanza nelle reti di relazione informali

Codici etici ma anche limiti della politica che organizza la società nel suo insieme che urtano contro una società civile in cui si esprimono gli spazi dell'auto-organizzazione sociale. Spazi che possono essere esplorati in seno all'interagire del capitale sociale. Non solo il crollo dei Paesi comunisti ma anche le difficoltà del capitalismo Keynesiano conducono a ripensare al ruolo dello Stato e della politica per l'organizzazione sociale. Non è questo il contesto in cui si vuole discutere sul ruolo che deve avere la politica. Pur tuttavia non verrà scartato nel procedere di questo ragionamento, proprio perché il processo che ha realizzato lo Stato moderno ha influito nella conservazione di alcuni “tratti culturali” (Bagnasco, Piselli, Pizzorno, Trigilia, 2001, p. 88). Fukuyama definisce addirittura lo spazio della politica “negativo”, volendo sottolineare come questo debba intervenire il meno possibile per limitare il danno di erodere il capitale sociale. Come ad esempio nel caso del *welfare* che distribuendo sussidi ha distrutto, per molti, i “tessuti di *self help*” comunitario. Nasce così l'esigenza di *spostare il proprio raggio di osservazione dalla politica alla cultura*, per cui il capitale sociale diventa il tema delle “funzioni della cultura” per l'integrazione sociale. *Il capitale sociale diviene “cultura condivisa”. Cultura intesa come “abitudine etica ereditata” che è la fonte della fiducia e costituisce il capitale sociale* (Fukuyama, 1996). Il problema è che il capitale sociale che era tipico delle società tradizionali su piccola scala è messo in crisi dalla modernizzazione (Coleman, 1990, p. 652)¹²⁶. Evidenziando come la modernità in cui viviamo non riesca a (ri)produrre alcune delle risorse di integrazione di cui necessita, sprecandone altre. Già Habermas evidenziava come il “capitalismo vive di risorse culturali” che trova in forme precedenti di società e che consuma senza essere in grado di riprodurre (1976). Detto altrimenti le risorse culturali di una società sono ereditate sì ma la società che le consuma non saprebbe come riprodurle. La produzione, invece, avviene sul piano dell'interazione in quella differenza che anche per Coleman è da ricollocare nel pensare al micro e macro. Intanto l'interazione diretta *face to face* serve oggi per comprendere una società in cui esistono parallelamente interazioni a distanza e indirette. Gestite in quei “grandi sistemi di interazione formalizzati” (Luhmann, 1990; Giddens, 1990) tra una micro interazione e una macro società¹²⁷. Infondo la *political*

¹²⁶ Per Nisbet, Coleman ricorda Weber nel processo di razionalizzazione, “l'erede dei classici della sociologia” che hanno costruito le categorie della modernità per differenza (1977).

¹²⁷ Coleman cerca di muoversi dal micro verso il macro, nella sua costruzione teorica generale. Interessato poi a vedere le conseguenze del macro per il micro, la distruzione di capitale sociale a piccola scala nei processi di formalizzazione. La conseguenza del micro sul macro, cioè l'utilità per l'integrazione sociale del capitale sociale prodotto nell'interazione diretta. Così se Coleman adotta un paradigma di azione,

economy tradizionale ha sottovalutato aspetti messi in luce dal capitale sociale. Riducendo l'analisi alla sola coppia Stato-mercato. Di contro la teoria del capitale sociale nell'analisi comparata dei capitalismi può essere pensata come "ideologia della spoliticizzazione della vita sociale" nell'era della globalizzazione. *De facto* il capitale sociale svolge un ruolo chiave anche nello sviluppo locale per una riformulazione del ruolo dello Stato nelle "politiche di sviluppo delle aree arretrate". Così che per Trigilia le "istituzioni pubbliche di livello extralocale dovrebbero aiutare dall'alto i soggetti locali a mobilitarsi dal basso, a produrre e impiegare efficacemente il capitale sociale come strumento per accrescere le conoscenze specializzate" (Bagnasco, Piselli, Pizzorno, Trigilia, 2001, p. 128). Ciò può avvenire solo con il coinvolgimento dei soggetti sociali locali. Identificando ciò che Evans definisce "*embedded autonomy*" (1995), cioè l'autonomia socialmente e localmente radicata dell'azione politica. Il passaggio da un'organizzazione fondata sulla produzione ad una basata sul consumo a cui si lega il processo di globalizzazione, aumenta di molto l'importanza dei network di relazioni (dunque di capitale sociale). Aprendo maggiori spazi ad un'azione consapevole dei soggetti locali per incidere sul proprio destino (Bagnasco, Piselli, Pizzorno, Trigilia, 2001, p. 128). Un futuro in cui possano essere sufficienti le risorse per le generazioni future, per cui prende avvio un senso di responsabilità legato al perseguimento di un bene comune alto e di relazioni che si aprono non più e solo alle necessità del *hic et nunc*, ma anche del domani. In tale prospettiva e per la progressiva e veloce ascesa di Internet, caratterizzata dall'esplosione di social media come Facebook, Twitter, Youtube e molti altri, e l'uso di narrazioni che si muovono in parallelo a temi di pubblico interesse o ritenuti rilevanti, prende forma una definizione di cittadinanza in relazione all'uso pubblico che si fa di questi spazi di condivisione. Così che i tradizionali concetti di cittadinanza, fondanti su diritti civili, sociali e politici e la partecipazione politica formale, si affiancano ad attività culturali, consumi e stili di vita come aspetti rilevanti della stessa cittadinanza, contribuendo a tessere l'idea di identità e appartenenza (Van Zoonen, 2005; Couldry, 2006).

Si rende evidente il concetto di "cittadinanza culturale", per cui il senso di appartenenza e responsabilità assieme a quello di passioni ed emozioni sono aspetti inseparabili. Per cui le culture creative "*Creatives culture*" (Ray, Anderson, 2001; Cheli, Montecucco, 2009) di cittadini attenti e sensibili ai problemi del mondo, come possono essere le tematiche ambientali, l'ecosistema, ma anche la crescita sociale, l'equità e le pari dignità, riformulano l'osservazione del concetto di cultura civica. *Cultura creativa di cittadini* che si impegnano per migliorare la società in cui viviamo. La rete, nella possibilità di comunicazione orizzontale e circolare, a basso costo e che arriva ovunque nel pianeta, diviene un buon supporto nell'impegno civico dei creatori culturali, rivestendo un ruolo di peso nella creazione di modelli sociali. Soprattutto perché permette ai cittadini di scambiare opinioni, confrontarsi, partecipare per il perseguimento di un progetto comune. La comunicazione vera produce capitale sociale, crea una rete di relazioni attorno a valori condivisi ed è il prerequisito

Putnam e Fukuyama un paradigma deterministico-causale. Cfr. R. Boudon, 1981, *Effetti «perversi» dell'azione sociale*, Feltrinelli, Milano

per poi innescare una partecipazione democratica e attiva (Cheli, Montecucco, 2009). I media digitali, ma in qualche modo anche quelli tradizionali di comunicazione, divengono uno strumento sociale in cui si manifestano coesione e confronto tra attori differenti, intorno anche a temi di pubblico interesse. Ritrovando quel senso di collettività che sembra disegnare l'era della cultura digitale. *Una società dell'immagine ove si muove una cultura creativa di impegno civico*. Per cui molto ha contato il supporto dei social media, spazi sociali e democratici che giocano un ruolo importante nella vita di molte persone, dove tutti possono pubblicare tutto, diversamente da quanto fatto nei primi mass media di massa, principalmente tv e radio. Ambienti di relazione e connessione in cui è possibile la circolazione di idee e informazioni. Offrendo la possibilità di dar voce a quei gruppi sociali un tempo esclusi dal dibattito politico. Se infatti i nuovi media sostengono la diffusione del “networking personalizzato” (Wellman, 2001) come forma dominante di legame sociale, per Jenkins l'ambiente mediale promuove “cultura convergente” (2006), spostando, ma anche trasformando, i confini tra produzione e consumo di prodotti mediali. Gli utenti divengono in modo crescente co-produttori o produttori-consumatori (*prosumer*)¹²⁸ di contenuto (sia modificando i prodotti mediali attraverso la condivisione e manipolazione, che producendo autonomamente contenuti *user generated*)¹²⁹. Pratiche creative *bottom* “dal basso” che non solo alterano la relazione tra i consumatori e l'industria culturale, ma che di fatto rinnovano relazioni con le istituzioni e la politica (Jenkins, 2006), incoraggiando quelle che Bennett definisce “forme di partecipazione civica e mediale” (2008). Social media in cui si sperimenta la possibilità di una nuova forma di partecipazione civica, dove i cittadini divengono gli ideatori di un discorso pubblico alternativo.

Sviluppando un concetto del tutto nuovo di cittadinanza che già Connolly definiva essenzialmente controverso (1974)¹³⁰. In generale si può dire che il concetto di cittadinanza si definisce in relazione al rapporto tra la nazione e lo Stato e le caratteristiche di appartenenza a quest'ultimo, l'identità, i diritti personali e in alcuni casi costituisce il livello di accesso ai servizi sociali. Un concetto che come si può comprendere si è andato modificando negli ultimi anni. La nozione tradizionale di cittadinanza è basata essenzialmente sui diritti e sulla base formale di partecipazione politica. A conferma di una visione che

¹²⁸ A. Toffler, (1980), *La Terza ondata*, Sperling & Kupfer, Milano. Il termine *prosumer*, coniato da Alvin Toffler come compressione delle parole produttore-consumatore, è ripresa anche da Kotler Philip nel 1986 nell'uso di “un nuovo tipo di consumatore”. “E’ anche coinvolto, almeno implicitamente, in attività di co-valore creazione” (Prahalad, Ramaswamy, 2004), dominante logica del servizio del marketing (Lush, Vargo, O'Brien, 2006). George Ritzer inizia a ragionarci nel suo famoso testo “Mcdonalizzazione della società” (G. Ritzer, 1983) in cui affronta la questione di come “mettere il cliente al lavoro” per riprenderlo successivamente soprattutto per Internet e il Web 2.0 (come sottolineato dallo stesso Ritzer) anche in (Tapscott, Williams, 2006).

¹²⁹ Il contenuto generato dagli utenti (*User-Generated Content* o UGC in inglese) è nato nel 2005 negli ambienti del *web publishing* e dei new media per indicare il materiale disponibile sul web prodotto da utenti invece che da società specializzate. Essa è un sintomo della democratizzazione della produzione di contenuti multimediali reso possibile dalla diffusione di soluzioni hardware e software semplici ed a basso costo. Definizione in wikipedia, dizionario enciclopedico on line, in (http://it.wikipedia.org/wiki/Contenuto_generato_dagli_utenti)

¹³⁰ Cfr. Jensen J. L., (Paper), *Aspetti mutevoli della cittadinanza nell'era dei media digitali*, in <http://microsites.oii.ox.ac.uk/ipp2010/programme/40v>

non scarta la cultura e gli aspetti emozionali che si legano alla cittadinanza. Un concetto in cui si rende sempre più difficoltoso definire i confini tra politica e non politica principalmente alla luce di piattaforme multimediali dove i profili culturali di cittadinanza prendono forma e mutano al mutare di nuovi strumenti messi a disposizione dalle nuove tecnologie digitali. Tanto che mentre tv, radio o anche giornali, non avevano permesso un alto livello di interattività e coinvolgimento sociale, i social media invece divengono importanti nella vita sociale quotidiana di molte persone (più della metà degli italiani sono coinvolti nel *social networking*, in comunità e *forum* per la condivisione di contenuti). Tali riflessioni inducono a chiedersi qual è il valore di Internet nei dibattiti che prendono avvio attraverso petizioni che si muovono su social network, quale valore assume la partecipazione a gruppi o stili di vita e che differenza esiste con le forme di cittadinanza tradizionale? Utilizzando valutazioni qualitative, emerge che le dimensioni culturali e politiche devono oggi essere incluse nell'analisi dei modelli di cittadinanza. Viene ancora da chiedersi se gli usi di Internet per attività politiche nell'on line e off line, il capitale sociale e gli atteggiamenti di (s)fiducia verso lo Stato e le altre persone, costituiscono la base su cui ragionare per definire i nuovi ruoli del cittadino anche nella sua veste di consumatore? Di fatto il concetto di cittadinanza non si lega solo a diritti-doveri del cittadino ma anche al *senso di appartenenza* alla comunità nazionale ed alle questioni di appartenenza. Lo Stato nazione ha, dalla sua costituzione democratica, funzione di tutela di tali diritti che finanzia anche attraverso la raccolta fiscale. Dal dopoguerra in poi questi diritti, nelle democrazie occidentali, conquistati con fatica e battaglie, diventano scontati. Rimane aperto solo il dibattito sull'immigrazione e le prestazioni. Vi è così una corrispondenza tra la sfera dello Stato nazione e la sfera della cittadinanza. Lo Stato nazione definisce i diritti dei cittadini in quanto tali ed i doveri, ad esempio, come contribuenti mentre le società con più ampi diritti sociali si rappresentano etnicamente più omogenee, come nel caso dei Paesi scandinavi (Turner, 2001), i Paesi multietnici come gli Stati Uniti o l'Australia sono caratterizzati da diritti sociali meno estesi, *sono i diritti culturali, dei consumi e degli stili di vita che come aspetti della cittadinanza contribuiscono alla creazione della propria identità e appartenenza* (Stevenson, 2001; van Zoonen, 2005; Couldry, 2006). Prende forma una "cittadinanza culturale" con un senso di appartenenza e responsabilità limitatamente differente rispetto ai diritti e doveri di una cittadinanza formale. Dove si affacciano atti passionali e razionali accanto a responsabilità e senso di appartenenza altamente percepite. *Un esempio di attività che si inserisce in questo concetto allargato di cittadinanza diviene il consumo politico*. Persone-cittadini-consumatori responsabili, che sentono di poter fare la differenza con l'acquisto/consumo (boicottaggio/buycottaggio) di servizi o prodotti (ad esempio consumo di contenuto informativo/comunicazionale).

Ma comprendere la cittadinanza in termini culturali significa anche riprendere gli assunti dello storico tedesco Herder che ha focalizzato i propri studi sulle caratteristiche primordiali di popoli differenti: caratteristiche diverse per tedeschi, francesi, inglesi, italiani e così via. La scuola dell'obbligo, la standardizzazione del linguaggio scritto e parlato sono da ritenersi strategie

iniziali per garantire la comune identità nazionale entro dei confini spesso arbitrariamente costruiti in Stati nazione. Le strategie di sviluppo dei media di servizio pubblico come radio e tv, che ancora oggi godono di una posizione favorevole anche all'interno del libero mercato europeo, sono servite a costruire un'identità globale. L'idea di una "virtù civica" di una "*Bildung*" (in tedesco) si spinge di pari passo alle identità nazionali. Qualunque sia il concetto di cittadinanza che si vuole sottolineare, i processi di globalizzazione come l'immigrazione e la diffusione in tempi rapidi dei *new media* digitali, hanno contribuito a legittimare il tradizionale legame e lo Stato nazionale sotto almeno tre sfide.

1. il libero flusso di beni, capitali e persone (almeno nel commercio dell'Unione Europea) e di altre libere aree con sfide ai diritti tradizionali, formali, civili e politici;

2. flussi di capitale globale e sfida alla sovranità dello Stato-nazione con la nascita dell'Unione Europea;

3. la maggior diversità globale e il flusso globale di simboli che influenzano la cultura omogenea degli Stati nazionali.

Oggi tutti possono accendere istantaneamente tv, radio e ricevere dati su Internet da tutto il mondo. La lotta tra la cultura alta, le élite culturali e la cultura "bassa" della gente di vita ordinaria corrono su rette che a volte si incontrano. Così come è stato negli studi di Veblen e Bourdieu (1899, 1984). Non di rado la cultura ha soppresso quella bassa, principalmente perché le élite hanno controllato i mezzi di produzione culturali. La lotta tra cultura alta e bassa è anche una lotta di identità e appartenenza entro i confini dello Stato-nazione e nel rapporto con le persone. La cultura quotidiana (de Certeau, 1984), poi, diviene importante tanto quanto la cultura dominante alta al fine di un'ampia comprensione della cittadinanza culturale. Alla luce di un'evoluzione percepita del concetto di cittadinanza per cui viene da chiedersi se i diritti politici devono essere interpretati come diritti culturali. Inglobando nel concetto di diritti culturali la protezione e il riconoscimento delle pratiche di minoranze culturali, come ad esempio nel caso della protezione della libertà di idee e opinioni che si può ottenere attraverso azioni positive nei confronti proprio delle "minoranze culturali" e di posizione (Turner, 2001). E' chiaro che la cittadinanza culturale non può essere definita con i termini oggettivi di alcuni diritti politici ma da concetti legati ad un'esperienza soggettiva, al senso di connessione tra i cittadini. Per Annemarie Mol (2002) *la cittadinanza culturale è: "una realtà in cui esistono decisioni condivise per capire e agire nel mondo", intendendo la cittadinanza nel senso di "Pubblico connesso"* (Couldry, Markham, Livingstone, 2007), *esperienza soggettiva di cittadinanza*. Sottolineando che si ha bisogno di prendere seriamente l'esperienza vissuta tra i cittadini e le pratiche quotidiane, come il senso dell'esperienza di appartenenza che ogni cittadino gioca secondo più ruoli: elettore, consumatore, spettatore ed altri.

Ogni azione e scelta della cittadinanza mira ad un bene, ad una morale, ci dice Hobbes già nel 1642 (Magri, 2005). Nell'insieme dei fini però deve

trovarsi uno supremo, cercato unicamente per sé che è la “felicità”, il bene umano che ancora per Hobbes si realizzava nella politica “la più architettonica delle scelte pratiche (Magri, 2005, p. XI). In nome di una ragione per cui sussiste il rispetto delle opinioni comuni e che si manifesta nella tendenza di ciascun soggetto alla verità morale. Lì dove ciascun soggetto si differenzia dall'altro anche nella tradizionale distinzione morale tra bene e male. Gli individui sono costretti a volere il male altrui e ciò costringe anche i più moderati nella difesa e contesa dei beni necessari alla vita. Beni che non si possono né dividere né consumare insieme. In Hobbes l'idea che l'azione degli uomini non possa essere orientata al bene comune costituisce la base del sistema moderno dei diritti naturali. Oggi invece, nel cambiamento non solo contingente ma strutturale, sappiamo non essere più una separazione concettuale così netta. Riaffermando l'idea che gli uomini vivono in società e non possono fare a meno l'uno dell'altro. L'amicizia costituisce una “virtù” ed è una cosa necessaria alla vita. La virtù fondamentale si instaura tra coloro per cui regna la fiducia e la giustizia. Forme di “amicizia”, “legami deboli” (Granovetter, 1998) che sono favorite dalle reti di relazione virtuale. In cui la diffusione e l'aumento dei media digitali hanno fatto emergere prospettive del tutto nuove, rafforzando lo stesso concetto di cittadinanza e rinnovando l'aspetto democratico (Hoff, 1999; Linaa Jensen, 2006).

Aspetto quest'ultimo per cui prendono forma emergenti campagne democratiche per dare voce a promesse democratiche che offrono nuove possibilità ai cittadini. Rinnovando le aspettative che si avevano anche per la tv, la radio, il via cavo (Arterton, 1987; Linaa Jensen, 2006). Promesse che possono ritrovarsi anche nei concetti di post industrialismo e post modernismo. Quando con il primo si è creduto di cambiare le condizioni economiche e di classe tradizionali e con il secondo si è pensato di influenzare profondamente i modelli esistenti di conoscenza sociale e dei ruoli. Prospettive realizzatesi solo in parte. Con Internet si sono andate costituendo prospettive riguardo la cittadinanza politica che si rafforzano in possibilità di discussione tra i cittadini e un maggior collegamento tra elettori e politici. Esther Dyson (1997) aveva previsto che Internet potesse influenzare i cittadini a partecipare ed agire. Douglas Schuler (1996) ha immaginato reti composte da nuove comunità capaci di discutere con i cittadini. Andrew Shapiro (1998) ha sottolineato che Internet rompe le attuali barriere comunicative ed istituzionali tra cittadini e politici. Per studi antecedenti a questi ultimi, le reti di comunicazione non avrebbero sviluppato possibilità di realizzare ideali democratici (Habermas, 1989; Gutman & Tompson, 1996). Mentre Benjamin Barber (1989) argumentava già della possibilità di una “democrazia forte” sulla base del vero, che obbliga la partecipazione piuttosto che il semplice processo formale di voto ogni 4 anni. Dal punto di vista culturale l'ascesa dei media digitali crea possibilità senza precedenti per i cittadini-consumatori di poter scegliere tra tutti i tipi di media diversi e di diventare produttori piuttosto che semplici consumatori (Bruns, 2008). I processi di convergenza dei media rafforzano le possibilità, come i mass media, di tradursi in pratiche quotidiane. Si deve però distinguere tra i tecnici che convergono in contenuti, generi, forme e piattaforme e la convergenza partecipativa (Jenkins, 2006). Ciò a dire che Internet facilita nuovi

modi di produzione e consumo in un *mix* di ruoli per i cittadini come nel caso dei *produser* (coloro che producono ma allo stesso tempo utilizzano contenuto) (Bruns, 2008). *Concentrarsi oggi sulla comprensione sociologica della cittadinanza vuol dire concentrarsi sui fattori soggettivi, e non sui diritti politici o sociali, sull'idea del senso di connessione pubblica combinata alle domande sulla politica del consumo, discutendo del capitale sociale (fiducia), vita politica e senso di appartenenza (connessione) del consumo politico.* Oltre i formali diritti politici, i cittadini possono fare la differenza in base alla propria soggettività politica, oltre che per la fiducia in se stessi. Su tale scia interpretativa, Almond e Verba (1963) avevano coniato il termine “competenza politica” mentre Barnes & Kaase (1979) suggerivano quello di “efficacia politica”. *Rinviando, in tale distinzione, alla rilevanza dell'interesse politico dei cittadini e della loro convinzione che la partecipazione può fare la differenza.*

5.5 Istituzioni, soggetti politici e cittadinanza di rete

Quanto detto ci permette di ragionare sul fatto che il ventunesimo secolo si caratterizza non solo perché le nuove tecnologie ridefiniscono i nuovi confini geopolitici degli Stati-nazione ma anche perché, proprio le nuove reti di comunicazione virtuale, ridefiniscono il modo di governare degli Stati territoriali e degli enti politici per i quali non è più sufficiente mantenere la propria giurisdizione solo off line (Lievrouw, Livingstone, 2011).

La rete diviene un “motore di governo” ove assemblee subpolitiche di oggetti informatici danno vita a soggettività collettive nuove, come collezioni di soggetti, che vanno oltre quella che Saco definisce “la *polis* territoriale nei flussi di scambio transnazionale” (2000). Di fatto nei governi che si costituiscono on line, anche i pacchetti di *software* e le funzionalità dell'*hardware* sono incentrati sul rafforzamento della “giusta disposizione delle cose” che contraddistingue gli uomini presenti negli ambienti cibernetici in qualità di pubblici elettronici “*e-publics*” (Foucault, 1991; Lievrouw, Livingstone, 2011).

Si ridisegna nel mondo on line quell'ordine che caratterizza e si presenta anche nel mondo off line. Gli organi di governo nazionale, subnazionale e transnazionale però, a differenza di un tempo, in cui le difficoltà delle relazioni erano dettate da una deficienza delle comunicazioni, sono esposti alla lente d'ingrandimento di narrazioni on line che non risparmiamo in alcun modo chi è percepito o codificato come poco etico o scorretto. Così che tali organi sono costretti a seguire i *giusti comportamenti digitali nelle reti informatiche* “*digital e-haviour*” preoccupandosi della condotta, se non vogliono incorrere in replicabili e ricercabili contronarrazioni che ne definiscono contorni discutibili. Come è stato nel caso del ministro alla cultura Maria Stella Gelmini nella primavera 2011, quando ha utilizzato Youtube, un social network per postare video, per comunicare con i giovani studenti stanchi dei tagli alla scuola pubblica. Così il ministro ha lanciato via Youtube un video ufficiale impostato nelle logiche della

politica e per tale incapace di comunicare con uno spazio che seppur virtuale utilizza i propri codici e le logiche di rete. Anche le contemporanee sorgenti economiche nel rapportarsi con le “società di Internet” e per poter essere ancora politicamente influenti sul comportamento dei consumatori-cittadini, rincorrono il tentativo di poter essere accettate come un nuovo spazio “etico” ma anche “pubblico” nella realtà aumentata, al fine di una “normalizzazione di qualsiasi comportamento dell’individuo”. Nuovi spazi che rappresentano “territori cibernetici” che assumono la particolare forma di “supervisione e autoregolazione subnazionale” che avviene attraverso una trasposizione nell’on line, delle dinamiche che avvengono nel mondo off line, un “*packet switching*”, in cui si rende necessaria una qualche forma di governo simile a quella ipotizzata da Michel Foucault, capace di guidare “l’inserimento controllato di corpi all’interno del macchinario di produzione e la regolazione dei fenomeni di popolazione connessi ai processi economici (1980, p. 141). Nell’on line sono differenti i soggetti che agiscono. Tanto che si possono idealmente distinguere:

soggetti politici veri e propri che trovano modo di esprimersi a una pluralità di individui, in tempi veloci e a basso costo. Qui “la soggettività politica si trasforma negli ambienti digitali” (Bimber, Heim). Un uso che riporta alla mente differenti esempi come quello attuato da uno dei primi utilizzatori per la sua campagna elettorale, che ha iniziato e vinto nella rete, divenuto esso stesso un *brand*, Barah Obama¹³¹, l’attuale presidente degli Stati Uniti d’America o nel caso italiano di Nichi Vendola (presidente della regione Puglia) che non solo ha costruito la sua battaglia politica anche sul web ma ha dato vita ad un modo altro di partecipare, mettendo in relazione il soggetto politico con individualità collettive attraverso le “Fabbriche di Nichi” sulla cui pagina di Facebook si può leggere «La fabbrica di Nichi è un contenitore di idee. Siamo dei semplici ragazzi e ragazze che hanno deciso di impegnarsi nel proprio territorio per la salvaguardia dei diritti civili, dell’ambiente e della memoria. Vogliamo dare alle persone un’alternativa reale, permettere loro di avvicinarsi alla politica civile, attiva, vogliamo rendere tutti partecipi e coscienti attraverso un’informazione libera e completa. Ci impegneremo per proporre manifestazioni, raccolta firme, iniziative su svariati temi, tra cui: energie alternative (no alle dannose centrali nucleari), acqua pubblica, diritti civili (diritti degli omosessuali, dei transessuali, degli immigrati, delle persone diversamente abili), pari opportunità (non solamente tra uomo e donna), difesa ed aiuto di chi si trova in difficoltà economica, lavoro come diritto fondamentale (come sancito dall’articolo 1 della Costituzione). Vogliamo esportare il modello pugliese in tutta la penisola. Pretendiamo un’Italia migliore; è tempo di costruirla tutti insieme!», o dell’attuale sindaco bolognese, Virginio Merola che ha sostenuto la sua campagna sui social media. Innovazioni comunicative e d’informazione che hanno avvio all’interno di *strategie* e codici ben precisi, fissati da regole un tempo definite dall’alto a costituire e affermare delle realtà non predefinite che oggi si attuano in una logica del “*peer to peer*” (paritaria) e strutturate su un confronto di idee, contenuti e nuovi prodotti comunicativi fondati sulla collaborazione, co-costruzione e scambio d’informazione. Le reti digitali possono essere utilizzate

¹³¹ Barah Obama ha svolto la maggior parte della propria campagna elettorale del 2010 sui new media, vincendo per una narrazione semplice e un linguaggio creativo vicino agli abitanti del *cyberspace*.

dai governi esistenti per governare, ma essi sono anche in grado di creare nuovi territori operativi dotati di discorsi e pratiche culturali proprie, che vanno oltre la prospettiva di sovranità territoriale a cui si fa riferimento in questo momento (Adams, Mattelart, 1994). La base democratica della politica viene allargata da Internet come "effetto diretto dell'apertura delle comunicazioni elettroniche per la fornitura di servizi e per la ricezioni di interessi e opinioni" (Rash, 1997), allontanando l'impatto negativo della rete sulla politica

Ogni individuo, nei giochi linguistici, può diventare nei punti nodali di una rete, mittente o ricevente e/o un referente nel flusso d'informazioni. Trascorrere on line, *screen to screen*, il poco tempo a disposizione, vuol dire non impegnare la propria energia nella vita collettiva *face to face* dei concittadini e contemporanei off line. Una vera e propria esperienza nello spazio virtuale che può essere differente rispetto la vita off line poiché le persone in realtà non si spostano dal sentiero tracciato, corporeo e materiale della vita off line. In cui la nazionalità continua a essere determinante tra le possibilità offerte dalla vita. Dunque sulla rete si trovano punti di coincidenza, cooperazione e configurazione che si concretizzano in nuove modalità di coabitazione transnazionale, lontani dalle esistenti tipologie di condotta tradizionale. La commercializzazione attuale del cyberspazio, di fatto, sta trasformando le realtà politiche della vita on line (Virilio, 1995). Evidenza che si avverte già se si pensa alla rete in termini di quel controllo che Habermas definisce come *segmento di capitale, lavoro, conoscenza e comunicazione, capace di trasformare i grandi sistemi informatici in sfere pubbliche con il loro valore virtuale e materiale da usare, proteggere e difendere*. Principalmente dal controllo dell'informazione nella nuova era delle macchine intelligenti. Informazione che chiama "Mente". Informazioni che costituiscono la mente, di una cultura di *soggetti* che sul web assume le caratteristiche della frammentazione. Ciò perché è difficile dire che in rete c'è un gruppo emergente forte: ce ne sono tantissimi che hanno caratteristiche specifiche. Di fatto si potrebbero distinguere due modi di guardare la cultura: una è quella dei "wardrivers", coloro che vanno in giro a caccia di reti internet senza fili per potersi collegare, che si potrebbe esprimere come la "connettività in movimento", avere un doppio movimento, sul territorio e su Internet. L'altro aspetto della cultura è quello indicato dal sociologo americano Henry Jenkins come "culture della convergenza", identificando in tale definizione gruppi di Internet molto esperti che seguono, grazie alle proprie competenze, un particolare argomento. Un oggetto di interesse rispetto al quale si manifestano e sviluppano anche delle sottoculture di analisi e approfondimento. Come si è potuto osservare nel caso ad esempio del programma di *infotainment* italiano *Anno Zero*, nel momento in cui organi al potere hanno preso la decisione di oscurarlo in tempi di campagna elettorale. Una decisione ritenuta ingiusta e iniqua e che gli organi di stampa, come la Fnsi, hanno tentato di ostacolare dichiarando uno sciopero bianco che ha trovato la sua massima espressione in rete, nell'appoggio di differenti gruppi e degli esperti che hanno manifestato dando vita alla produzione di Rai per una notte, per esprimere l'insoddisfazione di quanti in veste di consumatori-audience-cittadini reclamavano la necessità di un'informazione libera da censure. Culture che si incontrano, tra una "cultura dell'hardware" come quella

del *wardriving* e una “cultura del software”, come quella della convergenza¹³². Soggetti (emittenti) che producono e (riceventi) che consumano contenuto in un’azione circolare e continuata. Soggetti che si costituiscono in gruppi o comunità virtuali e che partecipano a discussioni/narrazioni in qualità di cittadini-consumatori. Dando forma ad una “cittadinanza della rete *che* arriva potenzialmente molto più lontano della *cittadinanza* tradizionale in quanto la rete è più estesa di qualunque città, *polis* o stato” (Bimber, 2003a). La cittadinanza della rete, in quanto cultura politica, si risolve all’interno di strutture interne alla *polis* in veste di democrazia digitale. Un sistema elettivo elettronico o un’organizzazione on line che dovrebbe riconoscere la rete e riformare la *polis* a sostegno della cittadinanza elettronica, del governo elettronico e della gestione elettronica all’interno delle giurisdizioni territoriali esistenti (Bryan, Cooper, Lessig, Sunstein).

Alla luce di ciò è lecito domandarsi se nel *mondo “capitalista” del ventesimo secolo è ancora e solo sufficiente per gli Stati mantenere la giurisdizione legale nel mondo reale off line, o se invece questa condizione non sia più sufficiente?* Una risposta potrebbe trovare soluzione nell’idea che la giurisdizione nel mondo reale non è più sufficiente poiché proprio nella rete si assiste a forme di governo sub-politiche in cui si creano (ma anche gli oggetti informatici creano) nuove soggettività collettive ma anche una moltitudine di soggetti che vanno oltre la *polis* territoriale nei flussi di scambio transnazionale (Saco). I luoghi della rete sono abitati da politiche, da spazi per la connettività e territori digitali, in cui anche per Lyotard la domanda da porsi per comprendere il fenomeno in atto è: “chi decide cos’è il sapere, e chi cosa conviene decidere? Durkheim in tal caso indicherebbe probabilmente la necessità di identificare e tradurre in termini politici concreti gli spazi di comune interesse. La Rete di Interlocazione è strutturata in conversazioni integralmente generali. Una questione, quella del sapere, nell’era dell’informatica che per alcuni è più che mai di governo. Se chi è governato diventerà un semplice cittadino o un cittadino della rete è una questione interessante e aperta su cui ragionare. Pensare la rete non significa pensare ad un sistema con un singolo insieme di funzionalità. La rete è un’unione meccanica di molte cose tra cui siti diversi e capacità varie, che poggia su collegamenti meta-nazionali multipli sia tra le comunità on line che quelle off line. Il risultato stupefacente è che molte persone, soggetti di diversa nazionalità e nazione, finiscono con il cadere “nella rete”. Proprio la pluralità degli abitanti della rete portano a dire che esistono molte varietà di cittadini della rete e di cittadinanza della rete, coinvolte nei *diktat* tecnici delle interfacce on line e dalle aspettative consumistiche dell’uso off line. *Rispetto la cittadinanza convenzionale, la cittadinanza in rete, dunque, in quella che è definita “democrazia digitale” è immaginata attraverso le flessibili e specializzate modalità televisive consumistiche della partecipazione politica (si pensi a talk show o programmi politici) che hanno avuto avvio negli Stati Uniti già negli anni cinquanta del secolo scorso.* Forme di cittadinanza della rete basate su un governo creato dai cittadini all’interno del funzionamento della rete stessa (Hauben, Saco). Dove i comportamenti politici digitali vengono

¹³² Cfr. Bennato D. in intervista su “*Un caffè con...*”, ciclo 2009

immaginati negli scritti cibernetici attuali come atteggiamenti civici corporei. Anche se non sempre ritenuti tali, soprattutto da quanti ritengono che i cittadini non possono essere facilmente separati dalle città così che i cittadini della rete non sono presi in considerazione separatamente dalla rete.

Gli studi formulati dal sociologo Lance Bennett sugli ambienti statunitensi, evidenziano come “coloro che continuano a partecipare alla politica tradizionale si dimostrano stabili nelle scelte elettorali, nella formazione delle opinioni e nella riflessione politica” (1998, p.775), mentre, nell’evoluzione intersistemica delle nuove tecnologie della comunicazione in termini preminentemente politici, economici, ma anche intra/interpersonali, si assiste ad un continuo discorrere tendendo ad una forma di appannaggio dei confini tra una dimensione pubblica ma anche “pubblicabile” ed una privata destinata, quest’ultima, ad un’azione normativa di “agenzie di socializzazione” che hanno distinto la sfera dell’agire privato da tutto il resto (come l’esposizione in pubblico). Emerge un modo altro di (ri)pensare la *citizenship*, l’agire politico come la produzione/fruizione di condivisione dei testi in Rete. Tanto che ancora per Bennett (2008) esistono due paradigmi differenti di cittadinanza: l’uno orientato al governo attraverso i partiti (modello D.C. “*Dutiful Citizenship*”). Lì dove la politica ma anche il politico tendono sempre più a pubblicizzarsi ed a personalizzarsi. L’altro teso alla dimensione del voto dei cittadini, questi ultimi come pubblici attivi che seguono *news* ed eventi (modello S.A.C. *Self Actualizing Citizenship*).

5.6 Percorsi di cittadinanza

Ritrovare le orme che hanno condotto a ragionare su una nuova cittadinanza di rete è importante per rendere conto dell’evoluzione storica. Una riflessione che è venuta maturando anche nel momento in cui si è avuta la necessità di cercare di delineare il concetto di cittadinanza e di cittadini della rete virtuale. Andando a ritroso nelle linee del ragionamento, si può asserire che il problema legato a definire il concetto di cittadinanza è di natura prevalentemente occidentale, caratterizzato da processi storici e dalla filosofia illuminista che trova legittimazione nella Rivoluzione francese e tradizione repubblicana¹³³. Già durante l’età dell’Illuminismo presero avvio le prime rilevanti riforme giuridiche di una borghesia industriale in ascesa durante il XVIII secolo, il cui scopo era

¹³³ Le origini della cittadinanza di fatto possono essere ricollocate al mondo greco-romano. In tale periodo prende forma la distinzione tra il concetto di pubblico e di privato. Concetto che ha lontani rimandi nella storia del pensiero sociale e del pensiero politico occidentale. In generale si potrebbe far risalire alle discussioni della Grecia classica, sulla vita nelle *polis* ove i cittadini si riunivano per discutere le questioni di interesse generale e per cercare una “forma” e un “ordine sociale” orientato al bene comune. Si può ritenere che la distinzione tra “pubblico” e “privato” tragga origine dal diritto romano in cui si evidenzia forte tale distinzione astraendo dal concetto di *res publica*. Già con il tardo medioevo e con la prima modernità la dicotomia pubblico-privato assume nuove forme interpretative, passando da una prima fase di un potere pubblico istituzionalizzato, nelle mani dello Stato, al privato che era escluso da tale potere. Cogliendo in tale distinzione quella tra Stato e società. Cfr. J. Habermas, 2002, *Storia e critica dell’opinione pubblica*, Bari- Roma, Laterza

garantire i fondamenti dei diritti civili ai cittadini come la libertà dalla schiavitù e di parola. Sopprimendo, in poco tempo, per le esperienze del giusnaturalismo¹³⁴, quelle resistenze delle ultime monarchie oramai in declino nell'Europa dell'*ancien regime*. Diritti che costituiscono l'espressione di una "cittadinanza civile" (Marshall, 1976). Così che il XIX secolo si rappresenta come il periodo delle grandi riforme democratiche in buona parte dell'Europa: le monarchie sono sostituite da organi parlamentari eletti dal popolo in modo democratico. La voce dei cittadini si esprime in *primis* attraverso il diritto al voto, negato sino a questo momento da un potere ascritto. Si assiste a quelle che Marshall definisce "cittadinanza politica". Durante il XX secolo i diritti politici e civili sono affiancati da quelli sociali. Sono questi ultimi, sulle spinte di istanze popolari e anche per le rivendicazioni delle classi subalterne (proletariato e sotto-proletariato urbano ed extraurbano) che i cittadini ottengono considerazione e diffusione dei diritti di giustizia sociale: pensioni, occupazione garantita, normalizzazione delle condizioni di lavoro, retribuzioni adeguate e permessi retribuiti. Costituendo uno stato di "cittadinanza sociale". Da un lato lo Stato-nazione garantisce piena diffusione dei diritti sociali, incentivandoli economicamente con proventi derivanti da tassazioni, dall'altro il processo legislativo avvia un dibattito per l'ottenimento e conservazione dei diritti sociali. Un dibattito che non cessa ma si temprava durante le democrazie occidentali post-belliche in cui emerge come l'istituzione degli stati costituisca una risorsa strategica di potere, benefici e prosperità. E' proprio l'accesso ai benefici che i diritti garantiscono (siano essi sociali, civili, politici ed economici) che costituisce terreno di scontro tra chi vuole un'estensione di questi¹³⁵.

Nei suoi studi pionieristici, Marshall, mette in evidenza tre prospettive di analisi della *citizenship* evidenziando come un tempo vi era una precisa corrispondenza tra la sfera del potere (sfera dello Stato-nazione) e la sfera della cittadinanza, in virtù del fatto che i diritti (civili, politici, sociali) sono legati all'appartenenza ad uno Stato-nazione che definisce i propri cittadini attraverso una semantica/prospettiva sistemica (così che, la coscienza di essere cittadino, si definisce non solo con il diritto di cittadinanza ma anche con il dovere rispetto quelli che sono gli obblighi e le imposizioni fiscali dettate per il buon funzionamento della "macchina statale"), chiavi di lettura degli scienziati politici. Per Turner inoltre l'idea e la pratica di cittadinanza coincidono con la variabile etnica (2001), come nel caso della penisola scandinava dove l'estensione dei diritti sociali sono relativamente omogenei dal punto di vista etnico. Pur non dimenticando casi come gli Stati Uniti e l'Australia caratterizzate da una minore estensione dei diritti sociali. Per Nisbet (1982) esistono di fatto due grandi tradizioni di cittadinanza: l'una "occidentale" e l'altra "asiatica". Mentre nella

¹³⁴ In questo periodo prendono forma i pensieri del giusnaturalismo (cioè del diritto naturale), anche per l'impegno di diversi filosofi, tra i quali Hugo Grotius e John Locke, che realizzano e favoriscono l'affermazione e diffusione di tesi a sostegno dei diritti non solo in Europa, ove aveva trovato modo di sviluppare. Pensieri che fondano le proprie teorie sull'opposizione dialettica tra uno stato di natura (che si caratterizza per le violenze e le barbarie in assenza di norme ed organismi democratici) e uno stato civile (strutturato sull'osservanza di diritti civili fondamentali quali il diritto al rispetto della libertà altrui, della libertà privata e la convivenza non violenta).

¹³⁵ Un esempio per rafforzare quanto detto sono gli accessi negati o quasi negati ai cittadini immigrati le cui differenze non sono solo di natura etnico-culturale.

prima si osserva un processo storico legato alla “cittadinizzazione” dell’individuo, inteso come soggetto politico che è direttamente di fronte lo Stato, essendo soggetto del corpo politico; nella cittadinanza asiatica, (riferita principalmente a Cina e India pre-moderne), l’individuo sviluppa un legame inizialmente con la famiglia, il clan, il villaggio, la corporazione e la casta. Tanto che l’individuo non stringe rapporti diretti con lo Stato (o ordine politico) ma con autorità intermedie che arrivano allo Stato raramente. In tale distinzione, Nisbet pone l’accento su come le crisi politiche nelle società Occidentali siano da ricondurre ad un eccesso di individualismo e ad una “frammentazione politica” indotta dalla stessa cittadinanza che, come ci dice, “in Occidente è più di una semplice condizione o *status*: è un processo, con fasi identificabili nel tempo e con contesti storici che lo uniscono in qualche grado ad altri processi come l’individualismo e il secolarismo. E’ un processo nel tempo” (1982, p.612).

Dal latino *civis/civitas*, in origine cittadinanza stava ad indicare il rapporto politico di un individuo con il governo della città. Tra il XVII e XVIII secolo studiosi quali Locke e Rousseau gettano le basi per il moderno concetto di cittadinanza. Per Montesquieu, come per Locke, accanto allo “stato di natura dell’uomo” sussiste la difesa della proprietà, (intendendo per proprietà la propria vita, la libertà e gli averi). Sottolineando la netta separazione concettuale tra stato di natura e di proprietà, ma anche di azione tra un potere legislativo ed uno esecutivo. Una separazione che riconduce i cittadini alla partecipazione della vita politica, a quel *pactum* sociale, fondato sul principio eguale e naturale alla libertà che introduce alla forma di governo basato sul consenso nella società¹³⁶. Così se la Rivoluzione francese getta le basi all’idea di nazione a cui si associa il moderno concetto di cittadinanza, nei secoli ad essa successivi i cittadini hanno ottenuto sempre maggiori diritti civili, politici, sociali, tanto da aumentare numericamente i titolari di questi diritti, anche se non sono universalmente estesi a tutti.

Tanto che anche Marshall, in “*Citizenship and Social Class*”, mette in luce come emerga un nuovo modo di concepire la cittadinanza, nelle democrazie nate dopo la seconda guerra mondiale in cui però erano ancora forti alcune discriminanti come il genere, l’età o l’etnia. Il sociologo inglese getta le basi per l’affermazione di tutti quei diritti che oggi appaiono scontati o perlomeno naturali. Nel suo lento progredire la storia rivela che il concetto di cittadinanza assorbe progressivamente i diritti civili (XXIII secolo), politici (XIX secolo) e sociali (XX secolo), legandosi alla parallela evoluzione dello stato moderno e delle istituzioni. Per Marshall “la cittadinanza è lo *status* che viene conferito a coloro che sono membri a pieno titolo di una comunità”. In contrapposizione al dibattito critico di Marshall, sulle diseguaglianze e come acquisizione graduale dei diritti, Giddens sostiene che proprio l’acquisizione dei diritti si deve non ad un lento processo di acquisizione ma a lotte politiche delle classi subalterne, così che i diritti sociali o del benessere, tutelati dal *welfare state*, sono per Giddens tutt’ora al centro di un conflitto che non si è esaurito¹³⁷. Anzi per

¹³⁶ Jean Jacques Rousseau sostenne che la coscienza degli interessi comuni era ciò che univa gli uomini, e che l’interesse comune più importante doveva essere quello di impedire la diseguaglianza sociale.

¹³⁷ Cfr. G. Pasquino, 1983, *Le società complesse*, Il Mulino, Bologna

Barbalet (1992), riprendendo le analisi di Marshall, esistono delle contraddizioni tra una logica egualitaria della cittadinanza ed una anti-egualitaria del mercato capitalista¹³⁸. In contrapposizione a Marshall e Giddens, Held (1989) mette in luce, in quelli che potrebbero essere visti come percorsi razionali e di tempo, come non venga presa in considerazione la complessità della cittadinanza moderna, rigidamente vincolata al tema delle classi e del mercato capitalistico, alle lotte condotte da movimenti e gruppi contro forme di discriminazione, di stratificazione sociale e oppressione politica. Held difatti sostiene come “la cittadinanza (...) ha comportato l'appartenenza alla comunità in cui una persona vive la sua vita. E l'appartenenza ha invariabilmente implicato gradi di partecipazione nella comunità”. La questione per Held (1989) è duplice e sfocia da un lato nel concetto di appartenenza e partecipazione e dall'altro, in un processo di globalizzazione per cui il concetto di cittadinanza non può essere relegato nei confini dello Stato nazione, ma in una attribuzione di diritti non solo delle comunità nazionali ma della legislazione internazionale che sottopone gli individui a nuove discipline.

La globalizzazione e l'integrazione Europea hanno modificato il contesto ove operano i *welfare states* nazionali, sollevando nuovi vincoli e offrendo nuove opportunità ai cittadini/consumatori, ai fornitori di servizi e ai decisori pubblici. Per Ferrera “il processo di integrazione europea ha originato una graduale ridefinizione dei confini della cittadinanza sociale, interferendo in misura sempre più evidente sulle regole nazionali di inclusione/esclusione. La cittadinanza è uno spazio in quanto la presenza di confini che separano gli interni (gli appartenenti della comunità di cittadini) dagli esterni (i non appartenenti, o stranieri) è un elemento costitutivo di questa istituzione. La cittadinanza condiziona l'interazione sociale in quanto i suoi contenuti (diritti e doveri) disciplinano e orientano il comportamento individuale e collettivo all'interno di tali confini. Infine, la cittadinanza è uno spazio saliente non solo perché (sempre più) denso di contenuti, ma anche in quanto spesso opera come filtro per l'accesso ad altri spazi più specifici di interazione, come il mercato del lavoro o il sistema educativo”¹³⁹. La cittadinanza è al tempo stesso un oggetto e uno strumento di chiusura sociale (Brubaker, 1992): essa fornisce il terreno di base sul quale altre forme di chiusura più specializzate affondano le proprie radici. I confini della cittadinanza incorporano due distinte dimensioni: una territoriale e una sociale. Da un lato essi svolgono la funzione di assegnare gli individui a questo o a quello Stato una funzione che potremmo definire di “schedatura territoriale” *territorial filing* (Brubaker, 1992 e Heater, 1990). Dall'altro lato la cittadinanza opera anche come strumento di “marcatura sociale” (*social marking*), differenziando gli individui tramite diritti e obbligazioni (Marshall, 1992) e attribuendo loro ruoli e identità (Tilly, 1996, p.1-17). Per Donati la cittadinanza è “simbolo dell'integrazione politica in senso moderno” i cui segnali sono evidenziati dalla duplice lente di “un'etichetta vuota” o come concetto “privo di significati o incomprensibile” o ancora si ritiene un “concetto contraddittorio o una pratica che ha effetti paradossali e perversi. Nella società

¹³⁸ Cfr. J. M. Barbalet, 1992, *Cittadinanza*, Liviana, Padova

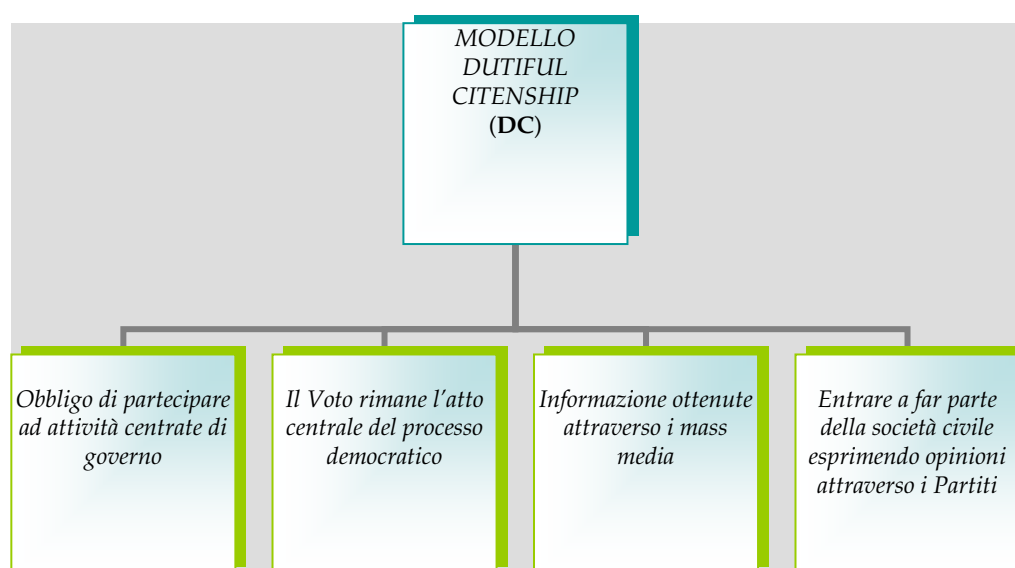
¹³⁹ Cfr. Ferrera M., *Verso una cittadinanza sociale 'aperta'. I nuovi confini del welfare*, Università degli studi di Milano, working papers del Dipartimento di Studi sociali e politici n.8/2004

dell'immagine essa sembra diventare un simulacro" (1993). Intendendo questo ultimo assunto nell'ottica di ciò che "dà alla società forma e contenuto di comunità politica" il cui rapporto con il simbolo "è insieme una semantica e un insieme di istituzioni (culturali e strutturali) della società moderna politicamente intesa: la cittadinanza" (Donati, 1993, p. 4). Nella crisi d'integrazione politica e della cittadinanza che si respirano in seno al "modello moderno" di società, Donati (1993), riconosce che i problemi legati alla globalizzazione economica, sociale e politica, a cui fanno capo aspetti culturali, fanno in modo che i problemi di un sistema geopolitico non possono essere risolti se non in relazione di "interdipendenza con altri sistemi geopolitici". Ritornando a far riemergere regionalismi e localismi con tendenze separatiste. Inoltre, il sociologo italiano ritiene già nel 1993 che la "crisi delle relazioni politiche della società" sia "una fase di apertura verso nuove possibilità non necessariamente regressive". Individuando come possibilità altra "nuove forme di relazionamento politico" in particolare come "insieme di formazioni sociali auto-organizzate capaci di esprimere fini comuni e azioni collettive per realizzarli", una cittadinanza societaria "la cui funzione è di definire gli obblighi di lealtà nei confronti della collettività societaria".

5.7 Cittadini e istituzioni nei media sociali: il modello D.C. (*Dutiful Citizenship*)

La cittadinanza assiste ad una politica ed a politici che tendono sempre più a pubblicizzarsi ed a personalizzarsi. Una politica che usa gli strumenti della pubblicità e del mercato per comunicare. Divenendo scia della personalizzazione dei politici. Partiti politici che utilizzando proprio gli strumenti informazionali riescono a mobilitare supporto. Oggi, poi, Internet assume un ruolo primario nella facilitazione non solo di mobilitazioni autonome ma anche nel collegamento diretto tra partiti, candidati e potenziali sostenitori (Castells, 2010, p. 373). Un panorama nuovo si affaccia nella relazione tra i cittadini e la politica, grazie al supporto di reti digitali che autorizza oggi a pensare che anche il paradigma sulla cittadinanza è mutato in relazione a quello della partecipazione ed alle attività di governo. Il sociologo americano Lance Bennett suggerisce due modelli differenti. In un primo, **modello D.C** (*Dutiful Citizenship*), sostiene Bennett, vi è la possibilità dei governi centralizzati e delle istituzioni di sviluppare iniziative politico/comunicative in modo esclusivo "*obligation to participate in government centered activities*" (obbligo di partecipare alle attività di governo). In tal caso i cittadini, privati della possibilità di un agire non solo politico ma anche ai soli fini (contro) informativi, possono solo adattarsi a obblighi e decisioni imposti dall'alto attraverso una semantica scelta e condivisa al fine di un'auto-riproduzione (auto-poietica) del sistema nelle direttive dello spazio e del tempo.

“Il voto”¹⁴⁰, come momento elettorale diviene, in modo autoevidente, unico momento di “partecipazione dal basso” contemplato all’interno della narrazione politico-governativa ufficiale. Il voto rimane ancora lo strumento di accesso del cittadino/elettore nella dimensione pubblica in qualità di “elettore”. Via di accesso alle informazioni rimangono i “mass media”¹⁴¹ e cioè lì dove la “politica si pubblicizza” (Arendt H.), nella sua dimensione comunicativa si certifica il ricorso da parte dei sistemi politici ufficiali a canali comunicativi *mainstream* e tradizionali quali stampa, radio, tv che sono percepiti ancora come i più affidabili e credibili. Oggettivando il lungo sodalizio che esiste tra politica e media di massa. Un duopolio che in ogni caso sta cedendo il passo a nuove forme di espressione offerte dalla rete virtuale. *L’ingresso della società civile* a possibili spazi d’espressione politica¹⁴², ancora nel modello D.C., è fondata su una sostanziale asimmetria tra le istituzioni e i cittadini. Divergenza che è dettata sia nelle possibilità che offrono gli spazi di espressione politica, sia dalla disponibilità e uso dei mezzi deputati alla comunicazione/informazione. Si pensi in quest’ultimo caso alle “agenzie di socializzazione” tradizionali della politica, i partiti, la cui struttura rigida e verticistica è cristallizzata e tendente ad un ampliamento per cooptazione (legata all’dea di inclusione/esclusione dettata dal possedere/non possedere la tessera di partito al fine di ottenere privilegi o mantenere lo *status quo*).



Il governare nella comunicazione pubblica degli ultimi venti anni si è comunque modificata di pari passo al processo di evoluzione tecnologica e dei suoi apparati. Dettando i principali mutamenti nelle modalità comunicative che divengono principalmente dialogiche. Poggiando essenzialmente sull’ascolto e relazione con il cittadino, tanto che i processi di riforma del sistema pubblico sono in atto già da tempo, agevolati dagli spazi di relazione generati dalla rete virtuale e dal modo di viverli. La trasformazione dei modelli e delle forme di

¹⁴⁰ “Voting is the core democratic act” Cfr. L. W. Bennett W. L., (2008), *Changing Citizenship in the Digital Age, Civic Life Online: Learning How Digital Media Can Engage Youth*, Edited by W.

¹⁴¹ “Information by following mass media”, *ibidem*

¹⁴² “Joins civil society organizations and/or express interests through parties”, *ibidem*

comunicazione pubblica offerte dalle stesse istituzioni trovano ancoraggio nella crescita di nuove culture partecipative che prendono forma su spinte volontaristiche dei singoli cittadini e in senso più ampio dalla società civile organizzata (intese queste ultime come ONG o altre similari). Processi che si evolvono con i new media e le nuove possibilità di relazione offerte da web. In seno a mutamenti che riconoscono importanza nella questione della *governance* a livello locale, nazionale e internazionale. Divenendo un problema lì dove emerge una crescente complessità dei sistemi decisionali e dei beni collettivi oltre che “il sistema di regolazione del sociale, ruolo assolto dalle istituzioni pubbliche nelle moderne democrazie rappresentative” (Ducci, 2009, p. 96). Un aspetto quest’ultimo conseguenza della perdita di potere dello Stato-nazione sempre meno capace di rispondere alle istanze dei cittadini, ma anche dalla crisi del *welfare state* che ha dato vita a soluzioni alternative come il *welfare mix* o sistema integrato di welfare (De Leonardis, 1998; Bosco, 2002). Crisi che è affrontata da una molteplicità di attori che gestiscono beni e servizi di utilità pubblica al fine di soddisfare i sempre crescenti bisogni dei cittadini. Una crisi del *welfare state* che emerge anche per la trasformazione del sistema istituzionale in similitudine con le conversioni dei media, in cui si assiste ad un ampliamento della sfera pubblica e il superamento di questa da quella privata. Permettendo di andare oltre la classica differenziazione tra società civile e istituzioni in cui si distingueva appunto la sfera pubblica da quella privata e l’opinione pubblica si formava nei salotti borghesi. Una società civile che, nel suo ruolo di attore sociale, era un tempo impegnata ad esprimersi, come attento e critico osservatore, sulle attività istituzionali (Habermas, 2002). Una distinzione questa che si rende oramai impercettibile nella contemporanea evidenza in cui si moltiplicano i luoghi ed i soggetti che discutono di argomenti di interesse generale nel mutato sistema mediale, opinando principalmente il ruolo con cui la funzione di regolazione sociale viene esercitata. Tanto che “si è verificato un riposizionamento della pubblica amministrazione nella società” o meglio una nuova posizione nel rapporto tra gli altri sistemi e i cittadini per attuare le proprie politiche (mercato, terzo settore) (Ducci, 2009). Accanto al crollo delle grandi narrazioni (Lyotard, 1981) ed il conseguente distacco delle istituzioni dai cittadini, si è andato acuendo un forte senso di sfiducia ed un alto grado di disinteresse nei confronti della politica. Soprattutto rispetto alle logiche di un modello ancora ascrittivo, “calato dall’alto”, il cui risultato si è dimostrato essere un *deficit* di trasparenza, partecipazione e *accountability* (indicando in tal caso il processo con cui l’amministrazione rende conto periodicamente del proprio operato ai cittadini e all’ambiente di riferimento oltre che dell’impatto che le politiche applicate hanno avuto sui “destinatari”, per una evidente trasparenza)¹⁴³. Nell’obiettivo di arginare il disinteresse, le istituzioni hanno dovuto incrementare la capacità di *governance* dei cittadini e, per aumentarne la fiducia, si sono offerte maggiori corrispondenze di politiche pubbliche alle istanze della popolazione. Richieste che hanno segnato il passaggio ad uno Stato responsabile, riposizionando positivamente il processo di decentramento dello Stato e delle amministrazioni locali nella loro nuova veste di guida relazionale. Verso cui incalzano appelli sull’emergenza di nuovi diritti sociali,

¹⁴³ Cfr. A. Tanese, (2004), (a cura), *Rendere conto ai cittadini: il bilancio sociale nelle pubbliche amministrazioni*, Manuale di Cantieri – Dipartimento della funzione pubblica, Rubettino, Roma

ambientali, di *privacy*, di rappresentanza delle collettività (e come sempre più spesso accade, nati dal basso per la mobilitazione di cittadini che sentono la necessità di nuove tutele). Si rende evidente una “cittadinanza amministrativa” in cui ad essere centrale diviene la relazione tra cittadini ed istituzioni (Arena, 2006). Dove entrambe le parti mettono insieme il proprio sapere e proprie esperienze per realizzare al meglio gli interessi collettivi. Andando oltre si potrebbe parlare, come fa Donati, di cittadinanza societaria nel senso di “una cittadinanza il più possibile competente e autogestionaria, nel quadro di uno Stato sociale che agisce come garante del complesso dei diritti-doveri del cittadino, attraverso una guida relazionale che garantisce e coordina, senza gestire né monopolisticamente né residualmente le politiche sociali” (2000, p. 97). Nella “società post-funzionalista”, dice ancora Donati, “la cittadinanza si traduce in una relazione” che viene a crearsi in un *framework* interattivo, che è caratterizzato da legami di reciprocità tra i cittadini e le istituzioni, fondando sul riconoscimento reciproco dei diritti e doveri da ambedue le parti. Una “cittadinanza” che per i gli individui, le famiglie e i gruppi della società attuale significa sentirsi soggetti in un “insieme di relazioni” di appartenenza (2000, p.97). Percorsi questi di modernizzazione che sono stati avviati dalla pubblica amministrazione attraverso principi di trasparenza, accesso, semplificazione e partecipazione efficiente ed efficace (Ducci, 2009, p. 98). Un ampliamento delle forme di democrazia partecipativa con il coinvolgimento dei cittadini nella cosa pubblica, differentemente dalla democrazia rappresentativa basata sulla delega ai legislatori attraverso le elezioni. Così nelle democrazie partecipative gli attori del privato e del privato sociale possono prendere parte assieme alle istituzioni nel governare i beni comuni. Le istituzioni partecipano con i cittadini, anche se con non poche difficoltà, per trovare una risposta alla crescente crisi di attenzione nei confronti della politica, evidente nel manifestarsi dei movimenti e mobilitazioni collettive. Nelle nuove culture partecipative (Jenkins, 2007), forme di partecipazione civica in rete che annodano individualismo e collettivismo, lì dove oltre ad affermare la propria identità soggettiva ognuno condivide sentimenti di solidarietà con un gruppo, sentendosi parte di quel “noi”. Un “nomadismo contemporaneo”, come lo definisce Maffesoli (2000), che si fonda sulla creazione, consolidamento o cessazione di legami deboli (Granovetter, 1998) “per costruirne di nuovi con persone o gruppi” (Ducci, 2009, p. 99). Ma la partecipazione può assumere anche sfumature strane come l’effetto NIMBY (*not in my back yard*; non dietro casa mia) in cui a prevalere è l’interesse individuale come nel caso di mobilitazioni contro lo smaltimento dei rifiuti). Altre volte la partecipazione è contro qualcosa o qualcuno (come protesta per la protesta). Anomalie di fatto messe in atto, come ci dice ancora Ducci (2009), da relazioni che i social media mettono a disposizione di cittadini ed istituzioni.

In tale panorama la *comunicazione pubblica*, nell’essere intesa come trasmissione dei messaggi per un dialogo con i cittadini, diviene “contesto e strumento” capace di creare relazione tra i diversi attori per scambi di opinioni e valori con l’obiettivo comune “della realizzazione dell’interesse generale” (Faccioli, 2000, p. 43). Una comunicazione che si distingue dalle altre per i temi e le finalità, nodo d’incontro per realizzare un’amministrazione condivisa in un rapporto egualitario che si instaura con i cittadini portatori di interessi, gli

stakeholder. All'interno della comunicazione pubblica, quella istituzionale si pone come fine la visibilità nell'operato delle amministrazioni mentre quella sociale è diretta a coinvolgere i cittadini su tematiche che riguardano il benessere collettivo. L'incontro della comunicazione istituzionale e sociale è importante non solo per comprendere le singole iniziative ma anche per l'uso dei social network. Potendo interagire con i rappresentanti delle pubbliche amministrazioni tramite posta elettronica (*e-government*) ma anche spazi di democrazia partecipata in rete attraverso reti civiche, forum e altri (*e-democracy*). *E-government* ed *e-democracy* pongono al centro il ruolo dei cittadini come soggetto attivo, come nel caso del CAD (codice di amministrazione digitale italiano del 2005) in cui si assiste ad un'amministrazione partecipata attraverso una comunicazione pubblica "relazionale". Altri esempi sono il recente <http://www.partecipa.net> curato dalla Regione Emilia Romagna, in cui vengono sottoposti all'attenzione del consiglio regionale emiliano-romagnolo temi sollevati dai cittadini¹⁴⁴, o i più datati *open source* dei governi britannico e finlandese, il progetto degli Stati Uniti di Governo *Open Web 2.0*¹⁴⁵.

La realtà aumentata "rappresenta una vera spinta verso l'adozione di un paradigma della comunicazione pubblica in senso relazionale" (Ducci, 2009, p. 104). Mutazioni di relazione che avviene tra istituzioni e cittadini attraverso la cultura convergente (Jenkins, 2007), in una "circolarità tra cultura della *corporation* e cultura dal basso". I cittadini si Attivano e Producono senso entrando in conversazione con ambienti istituzionali, producono "senso della posizione nella comunicazione", così che il cittadino da utente-soggetto destinatario della comunicazione delle istituzioni divengono soggetti/attori della comunicazione. I cittadini avanzano proposte e promuovono cause. La capacità dei cittadini di usare i nuovi strumenti autorappresentandosi nella rete, è causa di una maggiore consapevolezza e riflessività sul proprio agire comunicativo on line. Gli elettori sperimentano la percezione di condividere un candidato sul web, commentando un programma o favorendo la sua creazione, sostenendo conversazioni grazie ai social network. Riprendendo ciò che è accaduto nella recente candidatura dell'attuale sindaco di Bologna, Virginio Merola, si può capire l'importanza e la necessità di attivare personali profili e dare vita a circolari conversazioni alimentate anche dai suoi elettori, riprendendo ogni intervento, finito sulla propria rete e allargando quella dei sostenitori. Così che il rapporto con i politici diviene più familiare, simmetrico. Candidati politici sconosciuti o tenuti di poco conto dal partito, possono divenire popolari per i cittadini. Inoltre è possibile uno scambio e interazione con la cittadinanza da parte di strutture istituzionali come l'Urp italiana, con funzione di dialogo e ascolto dei cittadini. Oppure acquisendo informazioni in tempo reale.

Le finalità di una comunicazione istituzionale che attraversa la realtà aumentata, ha un impatto sulla percezione dei cittadini nei confronti delle istituzioni. Importante diviene la *credibilità* degli attori (Gili, 2005). Detto

¹⁴⁴ Per tali esempi Cfr G. Ducci, (2009), *Cittadini e istituzioni nei social network*, in L. Mazzoli, (2009), (a cura), *Network effect. Quando la rete diventa pop*, Codice edizioni, Torino

¹⁴⁵ Gli ultimi esempi sono del 2009

altrimenti un differente numero di individui intrattiene una relazione con attori istituzionali su cui formula la propria opinione che può condividere con la propria rete di amicizie e che a loro volta si possono attivare allo stesso modo. Di fatto già con i media di massa la credibilità come l'autorità dei rappresentanti politici sono a rischio (Meyrowitz, 1995). Per Goffman la credibilità si fonda sull'interazione di fiducia che gli altri attori sociali disegnano di se stessi o come per Luhmann la credibilità è accertata a posteriori. Fiducia che viene concessa a chi rispetta il principio di reciprocità delle aspettative. Tanto che se da un lato il web supporta i processi di partecipazione dei cittadini nelle istituzioni, tra un micro e macro link, di contro possono amplificare valutazioni negative dovute a mancati impegni presi nei confronti della popolazione. Una credibilità che nella catena della reciprocità vale anche per i cittadini che sono propensi a relazioni on line. Lì dove l'ondata di social network contribuisce a superare il divario digitale "*digital divide*" che si gioca non solo nell'accesso agli strumenti di comunicazione ma anche sulla consapevolezza dei cittadini nel loro uso.

5.8 (S)fiducia nei media e nei politici

Come si è detto all'inizio del precedente paragrafo, la politica così come il politico tendono sempre più a pubblicizzarsi ed a personalizzarsi. Ma se nel paragrafo precedente si è posta attenzione sui mutamenti avvenuti nel rapporto tra cittadino e politica e l'emergere di una nuova cittadinanza in relazione con la stessa politica, in questo si cercherà di fare maggior chiarezza sul rapporto di (s)fiducia nei media e nei politici. In ogni parte del mondo si percepisce il crescere di scontento verso i partiti politici e le istituzioni politiche. Ma ciò, sottolinea Castells (2010), non si traduce necessariamente in un allontanamento del sistema politico. I cittadini-consumatori hanno differenti alternative. Tra queste vi sono le possibilità di appoggiare candidature *insurgent* come nel caso della candidatura di Obama nel 2008 negli Stati Uniti o di Chávez in Venezuela. Soprattutto per via di una crisi di credibilità e fiducia verso i media politici che ha dato il via a nuove forme di espressione della società civile capace di attivare proprie forme di comunicazione orizzontale per rispondere alle istanze tese al bene comune e di relazione. Dando vita ad una cittadinanza 'dal basso' che per i più critici "delegittimano la cultura della cittadinanza come espressione dello Stato e di una *élite* culturale" (Bellardinelli, Allodi, 2006). Questo paradigma prende atto, da un lato, dal processo di lungo periodo destinato alle estreme conseguenze di quella cittadinanza "politica" di origine classico-umanistica (*l'ethos della politica*) oramai in via di dissolvenza. Rivelandosi di fatto un approccio che mette in primo piano le comunicazioni opportunistiche della cittadinanza, dando forza però al presupposto che la cittadinanza risulti dalle comunicazioni interattive fra i partecipanti (Habermas, 1981). Una "cittadinanza societaria" (Donati, 1993) costruita in base alla relazione sociale a doppia contingenza fra cultura e comunicazione a partire dalla società civile in relazione allo Stato e non più come attribuzione da parte dello Stato agli individui. Ma la crisi di cui ora discutiamo ha investito sia il

paradigma *culturalista* di Alexander¹⁴⁶ che *comunicazionale* di Habermas¹⁴⁷. Tant'è che in alcuni momenti la comunicazione sembra tendere ad eliminare la cultura. Ciò che però non riesce ad elidere è la *relazione* proprio perché quest'ultima diviene a sua volta comunicazione. In tale ottica il nesso esistente tra cultura e comunicazione diventa sempre più relazionale e per tale motivo rende la nostra società più complessa e difficile da capire e agire. Allo stesso tempo però anche più ricca di nuove opportunità. Nelle reti di relazione dal punto di vista della comunicazione di massa che avveniva attraverso strumenti tradizionali quali stampa, radio o tv, i flussi comunicativi erano basati su una comunicazione uno a molti o pochi a molti e la credibilità dell'emittente (per il destinatario) e la fiducia del destinatario (da parte dell'emittente) si presentavano come il problema centrale. Insicurezza che ancora segna ogni relazione comunicativa, dalla comunicazione interpersonale faccia a faccia sino alle forme di interazione mediate che si attivano attraverso non più e solo i mass media generalisti ma anche attraverso i *new media* (Gili, 2005b). Ragionare sulla *credibilità* richiede un'osservazione in profondità della relazione che si sviluppa sullo sfondo di questa nei confronti di attori che in prima linea producono contenuto "Libero", nella possibilità di questi ad essere creduti. Nella retorica aristotelica si affermava che "noi crediamo di più e più facilmente alle persone oneste intorno alle questioni generali e crediamo loro del tutto nelle questioni che non comportano certezza ma opinabilità". Così che per Aristotele come per il credo comune la "credibilità" è una caratteristica personale. Una qualità morale. Una dimensione intrinseca del comunicatore che esiste prima ancora della comunicazione e precede l'atto comunicativo. Per le scienze sociali diviene un qualcosa che viene rilasciata dagli Altri. La credibilità in quanto relazione presenta sempre una dimensione intenzionale, comunicativa e simbolica di riferimento. Le conoscenze, le motivazioni, i simboli condivisi, i valori, le rappresentazioni sociali dell'altro e al tempo stesso una dimensione di "legame con" che comprende gli aspetti strutturali, materiali e condizionali (i gruppi di appartenenza, gli interessi, le posizioni sociali, le differenze di *status* che i soggetti portano nella relazione (Donati, 1991, 1998). Attribuire all'Altro

¹⁴⁶ La cultura non è una cosa ma una dimensione, non un oggetto da studiare come variabile dipendente ma una trama che organizza, e da cui non si può prescindere, ogni forma sociale concepibile. Cfr. Alexander J., (2006), *La costruzione del male. Dall'Olocausto all'11 settembre*, trad. di Marco Solaroli, il Mulino, Bologna

¹⁴⁷ Habermas, osservando la caratteristica di "partecipazione" nei movimenti del cosiddetto 1968, ha proposto i lineamenti fondamentali di una teoria discorsiva della morale e della politica. Il discorso pubblico si pone come modello di un agire comunicativo che egli oppone all'agire strumentale sulla scia di Horkheimer e Adorno. Mentre l'agire strumentale era organizzato dalle logiche della tecnica e del dominio; l'agire comunicativo indica la possibilità di un'unione sociale non coercitiva, basata sul criterio di riconoscimento intersoggettivo non violento, orientato all'intesa. Già Lyotard – nell'indagare il declino delle grandi narrazioni legittimanti e proponendo l'idea della legittimazione per paralogia (il carattere legittimante dell'attività differenziante o immaginativa) – critica la prospettiva di Habermas: l'idea di una comunicazione che muova ad un consenso universale attraverso l'agire comunicativo (il Diskurs, il dialogo delle argomentazioni). Il modello di Habermas presuppone due cose: «La prima è che tutti gli interlocutori possano trovare un accordo su delle regole o delle metaprescrizioni che siano universalmente valide per tutti i giochi linguistici, quando è chiaro che questi sono eteromorfi e dipendono da regole pratiche eterogenee. Il secondo presupposto è che la finalità del dialogo sia il consenso. Ma noi abbiamo dimostrato, analizzando la pragmatica scientifica, che il consenso è uno stato delle discussioni e non il loro fine. Tale è piuttosto la paralogia». Cfr. Habermas J., (1985), *Etica del discorso*, Roma-Bari, Laterza

una qualche credibilità costituisce l'accordo su cui regge ogni relazione comunicativa. Ad esempio in una società che pone alla comunità una sua scala di valori che si fondano sulla "ricchezza e il successo", apparirà più credibile chi è più ricco, chi ha fatto una bella carriera professionale o chi compare spesso in televisione. Individui o gruppi di *status* inferiore possono assumere gruppi di *status* superiore come modelli per i propri valori, atteggiamenti e comportamenti (Merton, 2000). Una *credibilità simmetrica* basata sulla similitudine cosicché gli agenti sociali possono scambiarsi i ruoli. In tale contesto ad esempio lo scienziato non si trova più di fronte ad una clientela profana da sfruttare. Ignoranza e dipendenza del profano sono considerevolmente ridotte (Merton, 1981, p.358). Pertanto oggi in molte decisioni e scelte personali le persone non si affidano alla *leadership di opinion leader* "verticali" rappresentata da raggi di potere o *status* superiori o da esperti, compresi i mass media, ma *si affidano a una leadership "orizzontale" di persone appartenenti allo stesso strato sociale e ambiente di vita* (Katz, 1957). La credibilità (e con essa l'influenza) tende a fluire lungo linee sociali definite dall'amicizia, dalla comunicazione di interessi e di opinione (Klapper, 1964, p. 40), per cui la fonte delle nostre decisioni e scelte personali non sono dettate dai superiori (definiti in termini di potere, prestigio, conoscenza) ma più spesso da coloro che sono vicini a noi o al nostro pari¹⁴⁸. Soprattutto da quando è percepibile una perdita di "credibilità"¹⁴⁹, "reputazione e sensibilità" verso le questioni sociali nei confronti della classe dirigente attuale. Ciò ha fatto in modo che l'attivismo politico si spostasse, in qualche modo, fuori dalla (idea di) società civile tradizionalmente intesa" (2003). Lì dove le piazze, le agorà, i luoghi di discussione del bene comune e delle cose pubbliche, prendono forma nei "luoghi virtuali", oggettivando e realizzando il dialogo un tempo destinato ad alcune aree centrali della città. Decentramento dei "luoghi" a cui segue quello delle istituzionali deputate al dibattito e maturazione civile e politica, quali erano il partito, il sindacato e la famiglia¹⁵⁰. Così che se un tempo

¹⁴⁸ Esistono anche le relazioni di credibilità e relazioni reciproche che combinano la credibilità simmetrica e complementare. E' il caso di istituzioni prestigiose esempio la televisione e la politica. Una trasmissione tv che invita leader politico importante, determinando scambio di credibilità in un "conferimento reciproco".

¹⁴⁹ Sei credibile sul web se hai due peculiarità immancabili: l'autorevolezza e la competenza. Ambedue i concetti possono essere sia oggettivi che soggettivi, e dipendono dalla sensibilità, da credenziali, dai "titoli", dalla nostra percezione, che è spesso legata a fattori secondari come il carisma, il fascino, la capacità attrattiva. Con i media (e con internet) la cosa si complica non poco perché non vi è un contatto diretto, non vi è, e mai ci potrà essere empatia: ci manca la sensibilità della comunicazione non verbale che spesso è un segnale inequivocabile di buona fede e di fiducia altrui. È un tema dibattuto da molti anni, per cui non è facile definire regole generali quando ci riferiamo alla credibilità di un sito web o di una struttura organizzata che lo gestisce. La credibilità è la probabilità di essere creduti. Aristotele, nella *Retorica*, dice che crediamo più facilmente alle persone oneste, e ancor più nelle questioni che non comportano certezza, ma opinabilità. Aristotele direbbe l'onestà (o anche la coerenza, la sincerità, l'affidabilità, etc.) è una caratteristica personale, una qualità morale. La riflessione psico-sociale contemporanea ha però modificato questa prospettiva: la credibilità, come l'autorità, non è solo una caratteristica personale, ma è qualcosa che viene attribuito, che viene riconosciuto dagli altri. La credibilità non è una caratteristica intrinseca della fonte, ma è un rapporto, una relazione. Esiste difatti una credibilità proiettata (dal punto di vista dell'emittente, auto-definizione di questo) e una credibilità percepita (dal punto di vista del ricevente, *credibility* che il ricevente attribuisce all'emittente Cfr. P. Donati, P. Terenzi, (2006), (a cura), *Invito alla sociologia relazionale. Teoria e applicazioni*, FrancoAngeli, Milano.

¹⁵⁰ Per Talcott Parsons le norme fungono da legame tra l'individuo e la società di cui è parte, così in parte da ridimensionare il libero arbitrio umano: l'uomo nel suo comportamento è vincolato alle norme sociali e,

i luoghi cristallizzati al potere si esprimevano attraverso regole di inclusione o esclusione e le dinamiche comunicative si rappresentavano con un diagramma piramidale verticistico (*top-down*), oggi, le emergenti “agorà virtuali” sono luoghi fluidi¹⁵¹, democraticamente aperti ed *inclusivi* che danno voce a espressioni “dal basso” in cui si mescolano processi sì *top-down* ma anche e principalmente orizzontali dal basso (*bottom-up*). In cui espressioni capaci di avviare narrazioni semantiche di rete, espressioni di “attori collettivi” incapaci di sperimentarsi in una forma di apparente dialogo con istituzioni politiche, ha fatto sì che l'odierna società civile ha percepito il fallimento di empatia ai propri bisogni e verso le forme di agire razionale¹⁵².

Al pari della credibilità, altro concetto chiave diviene la *fiducia*. Nel caso della fiducia interpersonale specifica questa è rivolta ad agenti sociali individuali che vanno dalla “familiarità” (la più immediata solidarietà di *Gemeinschaft*) (Parsons, 1995; Luhmann, 1996-1990) basata sulla affettività, conoscenza diretta e affidamento reciproco verso forme via via più tipizzate, astratte. La familiarità non si pone il problema della credibilità dell'emittente poiché la dà per scontata. La fiducia interpersonale più a “corto raggio” si impone anche generalmente nel caso di un'influenza “distanziata”, come dimostrano le influenze nelle relazioni o tra l'influenza interpersonale dei mass media (Lazarsfeld, Berelson, Gaudet, 1948). In quest'ultimo caso le relazioni interpersonali non sono più caratterizzate da familiarità ma da gradi di estraneità dell'interlocutore in cui le relazioni sono sottoposte al rischio di fiducia e (ri)chiedono l'auto-esposizione fiduciaria del ricevente (colui che dà la fiducia all'emittente e ne fonda la sua credibilità). Nel caso contrario il ricevente può legittimamente “sospettare” della credibilità dell'emittente e attivare dei sistemi di “cautela” e riduzione dell'incertezza (Goffman, 1988, cap. 2). Fiducia interpersonale generalizzata vuol dire fiducia negli altri, nella gente che nasce attraverso un processo di generalizzazione dell'esperienza nel passaggio dalla fiducia agli “altri” importanti. Ma questa immagine mentale positiva della società, delle sue regole, dei modelli di comportamento richiesti e delle *aspettative reciproche*

nel caso non le segua viene sottoposto a sanzioni. Così queste norme sono espressione dei valori di fondo della cultura. Soggiacciono nell'azione individuale, ricollegandola alla società nel suo insieme proprio tramite le norme. Lo studioso evidenzia la congiunzione esistente nella dicotomia individuo/società. Questo servirà, poi, a definire il sistema come insieme interrelato di parti capace di autoregolarsi e in cui ciascuna parte svolge una funzione necessaria alla riproduzione dell'intero sistema. Per ogni sistema Parsons individua 4 funzioni (sistema AGIL): adattamento all'ambiente, definizione dei propri obiettivi, integrazione delle parti componenti, conversazione della propria organizzazione. Ogni persona si definisce in base a ruoli specifici, modelli di comportamento regolati da norme ad espletamento di una funzione. Società e culture diverse sono classificabili secondo precisi parametri, scelte binarie compiute da culture nel corso delle loro esistenze (universalismo/particolarismo, diffusione/specificità, ascrizione/acquisizione, affettività/neutralità, interessi collettivi/interessi privati). Inoltre, la società moderna si caratterizza per 4 universali evolutivi: burocrazia, mercato, norme universalistiche, democrazia. Cfr. T. Parsons, (1995), *Il sistema sociale*, Meltemi Editore, Roma

¹⁵¹ Cfr. Z. Bauman, (2008), *Modernità liquida*, Laterza, Roma-Bari

¹⁵² L'antropologo italiano Luigi Alfieri, riferendosi ai simboli e linguaggi della politica sottolinea come “non c'è conoscenza senza la congiunzione dell'ego teoretico e immaginale. Non c'è vera ragione che non abbia il suo «doppio», o il suo «rovescio»: l'irrazionale”. Cfr. D. C. Broussard, (a cura), 1999, *Miti e Archetipi. Linguaggi e simboli della storia e della politica*, vol I, (II ed. accresciuta), Edizioni ETS, Pisa, p. 35

(Mead, 1986) è chiamata a fare i conti con una globalizzazione in cui si rendono sempre più evidenti rischi differenti, come quello ambientale, maggiormente percepibile, ma anche altri legati alla crisi di valori sociali, economici di rappresentanza. Mutamenti contingenti che spingono i cittadini-consumatori a individuare una responsabilità individuale e collettiva. Lì dove l'azione politica non riesce più a guardare empaticamente alla vita quotidiana, introducendo elementi di regolazione e di governo della stessa.

Facendo salva la riflessione parsonsiana secondo cui nelle “società complesse” esistono momenti di una piena integrazione degli attori sociali intenzionali che hanno la necessità personale di trovare soddisfazione ai loro bisogni e alla loro voce, Achille Ardigò già nel 1980, scriveva della crisi di governabilità e i mondi vitali in cui gli interventi di politica sociale – intendendo con ciò i modi di intervento pubblico per moderare e disciplinare modalità ed effetti di riproduzione di una società civile maggiormente omogenea e giusta per perseguire mete sociali comuni grazie anche all'intervento dello Stato – non trovano un nesso con gli interventi e le realizzazioni della politica sociale, che portano al manifestarsi di nuovi attori e formazioni sociali organizzate riconducibile al settore del volontariato. Per via dell'incapacità dei governi di realizzare i propri obiettivi di *welfare state* senza coinvolgere i soggetti attivi della società civile¹⁵³. Un “modello di convivenza sociale”, dice Habermas, per cui la cittadinanza è inclusiva nel rispetto della libertà individuale, ma anche esclusiva in cui la nozione di cittadino trova la sua identità non in somiglianze etnico-culturali, bensì nella prassi dei cittadini che esercitano attivamente i loro diritti democratici di partecipazione e comunicazione.

“Gli ordinamenti politici moderni sono costruiti essenzialmente a partire dai diritti soggettivi, i quali riconoscono alla persona giuridica liberi spazi, legalmente garantiti, per agire in base alle sue proprie preferenze. In tal modo e nei termini da essi precisati, i diritti soggettivi sgravano le persone autorizzate da comandamenti morali o prescrizioni di altro tipo. In ogni caso, nessuno, che si tenga entro i limiti di quanto permesso dal diritto, è giuridicamente tenuto a giustificare pubblicamente le proprie azioni. Introducendo le libertà soggettive, il diritto moderno, a differenza degli ordinamenti giuridici tradizionali, fa valere il principio hobbesiano, secondo cui è permesso tutto ciò che non sia esplicitamente vietato. Si produce così una separazione tra diritto e morale. Mentre la morale ci dice innanzi tutto ciò a cui siamo obbligati, la struttura del diritto dà un primato a ciò che siamo autorizzati a fare. Mentre i diritti morali discendono da doveri reciproci, i doveri giuridici sono derivati dalla limitazione giuridica delle libertà soggettive. Questo privilegiamento categoriale dei diritti rispetto ai doveri si spiega con le moderne concezioni della persona e della comunità giuridica. L'universo morale, il quale non conosce limiti di spazio sociale e di tempo storico, abbraccia tutte le persone naturali nella complessità della storia delle loro vite. Di contro, una comunità giuridica, di volta in volta localizzata spazio-temporalmente,

¹⁵³ Cfr. C. Cipolla, R. Cipriani, M. Colasanto, L. d'Alessandro, (2010), (a cura), *Achille Ardigò e la sociologia*, Franco Angeli, Milano, pp. 37-38.

tutela l'integrità dei suoi membri solo nella misura in cui essi assumono lo status, artificialmente prodotto, di portatori di diritti soggettivi”.

(J. Habermas, in *Legittimazione in forza dei diritti umani*, p.4)

5.9 Cittadinanza autoattualizzata: modello S.A.C. (Self Actualizing Citizenship)

La fiducia che viene concessa alle istituzioni, intesa nel senso di rispetto del principio di reciprocità delle aspettative, si è visto che non sempre è attesa¹⁵⁴. Istituzioni che non riescono a trovare soluzioni attivando vecchie forme di rappresentazione, lì dove il mercato detta le sue regole per una politica che disattende le istanze anche di rinnovamento dei cittadini. “Illeciti politici”¹⁵⁵, intendendo in quest’ultimo caso una delegittimazione dei governi ma anche dei programmi politici che hanno alimentato l’affermarsi di network sociali nei quali si assiste alla privatizzazione della partecipazione, incrementando quella che Bennett definisce la “rivoluzione nella comunicazione personalizzata, uno a uno” (1998, p.745)¹⁵⁶. Intendendo in tal caso l’uso dei media d’informazione che incoraggiano la comunicazione tra cittadini e che induce, a sua volta, ad un impegno civico (Shah, *et. al.*, 2005, pp. 531-565). Soprattutto da quando i nuovi media amplificano le domande e Internet permette la ricerca di informazioni on line e l’uso di messaggi interattivi “l’uso del web come risorsa e forum, influenza fortemente l’impegno civile a volte anche in modo più sostanzioso rispetto ai tradizionali media cartacei e via etere e della comunicazione faccia a faccia” (Shah *et al.*, 2005, p. 551). Castells inoltre sottolinea come la relazione esistente “tra fiducia politica e impegno civile mostra di essere diversa nelle democrazie nuove rispetto a quelle consolidate” (Castells, 2010, p. 374). Se infatti Brehm e Rahn (1997) individuavano nei paesi industrializzati un maggior *impegno civico* traducibile in *fiducia* nei meccanismi sociali e politici, mettendo in luce come questa si connotasse negativamente nei Paesi in via di sviluppo (1997), o meglio coloro che erano più civilmente impegnati nei Paesi in via di sviluppo dimostravano già un irrigidimento verso il mondo della politica (Castells, 2010, p.374), questo si è andato accentuando e allargandosi anche nei paesi in cui la fiducia è stata affiancata dalla sfiducia nelle istituzioni e nella politica a cui si lega una disillusione verso la democrazia, contribuendo ad una minore partecipazione politica da parte di cittadini per cui è evidente “una accresciuta mobilitazione sociopolitica” (Inglehart, Catterberg, 2002).

¹⁵⁴ La caratteristica più evidente della “politica contemporanea” è per Cornelius Castoriadis “l’insignificazione”: “i politici sono impotenti [...]. Non hanno più un programma. Ambiscono solo a rimanere in carica”. A sostegno di ciò per Bauman (2002a) l’avvicinarsi dei governi o degli schieramenti politici non è un fattore decisivo ma un’increspatura.

¹⁵⁵ M. Castells, 2010, *Comunicazione e Potere*, Università Bocconi Editore, Milano

¹⁵⁶ Cfr. G. Mascheroni, in http://rc10.ipsa.org/public/IPSA_Lux_paper_mascheroni_minucci.pdf, X convegno AIS

Alimentando il divario tra istituzioni politiche e partecipazione. A contribuire alla crisi mondiale di legittimazione della politica hanno contribuito inoltre la politica mediata e quella scandalistica anche se è da mettere in chiaro che “il declino nella fiducia pubblica non equivale al declino della partecipazione politica” (Castells, 2010, p. 374), ma solo al suo trasformarsi. Il divario che intercorre tra fiducia nelle istituzioni ed il desiderio di azione politica, delinea i tratti nella crisi della democrazia. L’arte della politica “democratica” si definisce nell’abbattimento dei limiti alla libertà dei cittadini, ma anche nel rendere liberi i cittadini e per consentire a questi l’autolimitazione, nel senso di stabilire, individualmente e collettivamente, i propri limiti individuali e collettivi (Bauman, 2002a, p. 6). Nelle reti sociali i cittadini-consumatori divengono protagonisti e creatori di contenuti/informazioni acquisendo un nuovo peso all’interno della società. Pur tuttavia le nuove forme di comunicazione non trovano riconoscimento nella legittimazione delle istituzioni politiche, nello sforzo di queste di accettazione di prassi alternative di *civic engagement* (inteso come impegno/partecipazione civica), ritenuto spesso inefficace. Di fatto i cittadini nella loro veste di consumatori attivi e critici, attraverso istanze partecipative, tentano di costruire un nuovo dialogo con le istituzioni. Principalmente grazie alla grande possibilità offerta dai media digitali, non solo nella loro possibilità di socializzazione ma anche perché permettono al cittadino di essere maggiormente partecipe nel discorso pubblico. Mobilitandosi in prima persona per dar voce ai propri bisogni e argomenti rilevanti anche per la collettività. Un’indolenza politica a cui l’impegno della società civile (parlando ancora di *civic engagement*) ha risposto attraverso nuove forme di attivismo sociale per cui sono i cittadini-consumatori a farsi carico dei beni comuni che lo Stato non protegge o non riesce a garantire. I media divengono strumenti non solo di circolazione delle notizie ma anche di creazione, rappresentazioni e significati. Media come Internet in cui i cittadini sollevano la propria voce per darsi appuntamento nelle piazze simboliche. Ritrovando quel senso di collettività, appartenenza civica che ci fa sentire partecipi, grazie ai media sociali, di una società complessa in continua evoluzione. Attivando forme di partecipazione che rincorrono la coscienza critica dello spirito democratico per un progetto comune di benessere. Principalmente per quella sfiducia nelle istituzioni che nel disancorarsi da quel senso di rispetto tradizionale verso le istituzioni tese a tutela delle democrazie, tende ad animare un disinteresse diffuso verso quelli che sono ritenuti gli “obblighi” del cittadino¹⁵⁷. Il disincanto di una società civile verso la politica (tradizionalmente intesa) e l’emergere di spazi virtuali di condivisione, grazie alle innovazioni tecnologiche dei *new media*, favoriscono forme espressive per il potenziale individuale che un tempo sarebbe stato represso. Come è successo nei più recenti periodi totalitari che hanno segnato

¹⁵⁷ Già Aristotele sosteneva che per essere realmente “umano” bisognava essere un cittadino attivo per la comunità [...]. Il “non prendere/o prendere parte alla gestione degli affari della comunità” significava per il filosofo “essere una bestia o un dio”. Questa era di certo una forma di cittadinanza che tende più a ritenere importanti gli obblighi dei cittadini verso la comunità piuttosto che i diritti conferiti ai cittadini della comunità. Ciò comportava che tutti avvertissero una forte affinità con la *polis*, il proprio destino era strettamente legato a quello della comunità. Differenze si constatano anche nell’antica Grecia e a Roma, per cui i cittadini erano pensati in termini di *status* dove chi era cittadino godeva di uno *status* più elevato dal “non cittadino” come ad esempio gli schiavi, i “barbari” o le donne (ritenute esseri irrazionali e incapaci di partecipazione politica). Pensiero che poneva Platone in disaccordo.

la storia italiana. Castells (2010) addiziona allo stato comatoso della politica il fatto che questa rimanga “irrimediabilmente” locale mentre il capitale fluisce, lì dove “la velocità del movimento rende extraterritoriale il potere reale” (Bauman, 2002a). Il potere dunque diviene sempre più esterno alla politica in virtù di istituzioni politiche incapaci di rallentare i movimenti di capitale. Ciò spiega sia “l’apatia per la politica” e il “disinteresse dell’elettorato per tutto ciò che è politico” (Bauman, 2002a). Condizione che tende a favorire l’uso dei *new media* che permettono, attraverso varie piattaforme di condivisione di contenuto (wiki, blog e social network), di narrarsi individualmente (su idee anche politiche) rivolgendosi ad una “audience creativa” (Castells, 2010) potenzialmente globale.

*Qui la cittadinanza si autodefinisce e autoattualizza dando vita a quello che Lance Bennett definisce modello self actualizing citizenship o modello SAC (2008). In tale modello i fini individuali affiorano sul senso di obbligo nei confronti di un governo che non gode più della stessa fiducia del passato. Fini, che nel soddisfare i propri bisogni individuali, tenderanno a soddisfare anche quelli collettivi, non attraverso il voto come strumento deputato a dettare le azioni del cambiamento poiché questo è sempre meno significativo, ma attraverso i processi di *consumption* dei cittadini-consumatori in cui registrare forme nuove come la comunità di volontariato o l’attivismo transnazionale. Soprattutto da quando accanto alla sfiducia nei governi è andata accentuandosi quella nei tradizionali mezzi di comunicazione di massa che in Italia ad esempio tendono sempre più a servire le informazioni del “politico-padrone”. Una diffidenza che spinge alla diffusione e uso di reti virtuali libere, in cui prendono forma azioni comunitarie che si strutturano sulla base di amicizie e relazioni tra pari (*peer to peer*), legami sociali gestiti principalmente dalle tecnologie informatiche interattive. Probabilmente Pierre Bourdieu¹⁵⁸ direbbe che “la capacità di progettare il futuro è la condizione di ogni comportamento considerato razionale [...]. Per concepire un processo rivoluzionario, cioè per pensare seriamente di trasformare il presente in riferimento a un futuro progettato, non occorre che un briciolo di contatto con il presente”. Le relazioni di consumo che si instaurano tra pari si esprimono attraverso atti di un consumo inteso come politico.*

La dimensione del semplice voto come atto centrale del processo democratico viene superata dunque da una forma “creativa” di impegno politico che dal semplice voto elettorale passa all’adesione a movimenti che cercano di creare nuovi spazi di democrazia. In cui diminuisce il senso di obbligo nei confronti del governo. Un attivismo civico che in Italia trova esempio nella mobilitazione collettiva avvenuta durante il referendum sulla privatizzazione dell’acqua e l’energia nucleare. Per tale motivo si sono utilizzati, accanto ai tradizionali strumenti quali banchetti nelle piazze e volantaggio, l’eco delle narrazioni via Internet in cui persone comuni hanno detto la loro su temi di rilevanza sociale. Dando manifestazione di come i cittadini non vogliono più e solo essere informati ma prendere parte alla vita politica, far sentire la propria

¹⁵⁸ P. Bourdieu, 1995, *La précarité est aujourd’hui partout*, in *Contre-feux: Propos pour servir ° la résistance contre l’invasion néolibérale*, Liber-Raisons d’Agir, Paris, pp. 97-98

voce. Una partecipazione civica che assume le forme dell'associazionismo sociale, il volontariato e l'adesione ad associazioni. I cittadini offrono il loro sostegno e il loro impegno a favore della comunità. Pur tuttavia e nonostante l'evidenza di nuove forme di partecipazione civica attraverso i *new media*, le istituzioni faticano ad uscire dalla tradizionale visione di rappresentanza politica con il rischio che queste vengano delegittimate.

Anche se è da riconoscere che proprio l'incapacità della politica a rispondere a bisogni collettivi ha attivato un maggior impegno civico da parte dei cittadini. I gruppi che si organizzano su tematiche di consumo responsabile, i movimenti politici che si collocano al di fuori della sfera dei partiti politici trovano nei nuovi media una grande possibilità di espansione, soprattutto per la capacità di connessione in qualunque posto come in nessun posto. Ciò a dire che i *new media* offrono un'alta possibilità di visibilità ai movimenti di opinione, che divengono così identificabili. Gruppi sociali dotati di rilevanza collettiva. *De facto* nella loro capacità di connessione, i *new media*, permettono nuove forme di partecipazione politica in cui la minore significatività attribuita al voto dà vita ad un agire che è definito dal consumerismo. Favorendo reti democratiche e libere di azione comunitaria che vengono sostenute da relazioni/"amicizie" tra i pari. Politiche partecipative (Jenkins, 2007) di reti informali e organizzate, di un impegno civico, che se un tempo si esprimeva attraverso la tessera del partito o l'adesione a gruppi di interesse, oggi trova espressione nelle reti informali e organizzate non gerarchicamente.

*Spazio virtuale in cui le azioni di consumerismo, comunità di volontariato o attivismo transazionale*¹⁵⁹, *non si disegnano più su posizioni asimmetriche di potere, dove istituzioni e società civile non si muovono più su spazi comuni.* Società civile che proprio nelle reti virtuali cerca di esprimere comportamenti e iniziative individuali forti di un significato sociale e politico nuovi. Una lente differente in cui molto ha contato il mutare del piano di osservazione: passando dal tradizionale legame tra sistema politico e mass media verso nuove forme di "attivismo" che trovano spinta "dal basso"¹⁶⁰ (*bottom-up*) muovendosi nella dimensione dei *new media*. Ne sono esempio sia le comunità di volontari (come ad esempio i *meet up* che sorgono su base spontanea), ma anche forme di attivismo internazionale come ONG, movimenti ambientalisti e altri simili, che incontrano nella Rete non solo una buona possibilità di narrazione ma anche di sopravvivenza. *De facto*, le possibilità della rete, di dar voce a individualità differenti, permette di osservare come non esiste un "pensiero unico" a cui riferirsi come pratica di "cittadinanza alternativa"¹⁶¹. Una Rete di certo

¹⁵⁹ "Voting is less meaningful than other, more personally defined acts such as consumerism, community volunteering or transnational activism"

¹⁶⁰ L'attivismo dal basso si intende quel modo individuale per ideare e dar vita ad azioni politiche così come all'uso politico dei *new media*.

¹⁶¹ Ragionare in termini di cittadinanza (nel senso di essere cittadino), muovendo un passo indietro rispetto alla "cittadinanza alternativa", porta con sé sia diritti ma anche responsabilità. Di fatto la "cittadinanza attiva" si muove verso il concetto di un miglioramento della comunità da parte dei cittadini, attraverso la partecipazione economica, politica ma anche di volontariato al fine di un miglioramento della vita di ciascun individuo/cittadino. Virginia Leary sostiene che "Dal tempo della civiltà greco-romana, il concetto di cittadinanza ha definito i diritti e i doveri nel mondo occidentale" tanto che "il concetto di cittadinanza è

“democratica”, nelle possibilità che offre a ogni produttore-consumatore di contenuto di narrarsi nel suo processo di *prosumption*¹⁶², vicina alle esigenze dei cittadini e modellata sulle necessità individuali fornendo strumenti di messa in rete e condivisione garantite da applicazioni web flessibili e orizzontali. In rete si ha così la possibilità di osservare movimenti “*singol-issue*” che riflettono l’esperienza politica di gruppi promotori le cui azioni derivano il più delle volte da pulsioni individuali, inclinazioni personali e/o specifiche abitudini di vita che impongono il rispetto di determinate regole e/o consuetudini che si sono radicate con l’agire quotidiano. Così che azioni di *boicottaggio* (o anche *bycottaggio*) nascono da ostilità (o apprezzamenti) verso multinazionali, *brand*, paesi d’importazione. Le ragioni radicate nelle ostilità/apprezzamenti sono eterogenee e si definiscono nell’esperire individuale, nella coscienza soggettiva. Il potere della rete democratica IT “*Information Technologies*”, (oltrepassandolo lo stra-potere di chi detiene le reti di comunicazione, Castells M., 2010), oltre a far vivere i movimenti, alimentano l’esistenza di comunità politiche transnazionali¹⁶³. Nuove forme di socialità che pongono al centro l’individuo e il “progetto riflessivo del sé” (Giddens, 1990) in un modello di “individualismo in rete” (Castells, 2002a) in un supporto dato dalla comunicazione mediata dal computer (CMC).

Forme di cittadinanza che si definiscono per Bennett (1998) secondo due concetti-ombrello paradigmatici:

da tempo acquisito come un insieme di diritti, in primo luogo, di partecipazione politica alla vita della comunità, al diritto di voto e al diritto a ricevere protezioni determinate dalla comunità, come rispondere agli obblighi”. Cfr. V. Leary, 2000, *Cittadinanza. Diritti umani e diversità*, in A. C. Cairns, J. C. Courtney, P. MacKinnon, H. J. Michelmann, D. E. Smith, *Cittadinanza, la diversità e il pluralismo: prospettive comparate e canadesi*, McGill-Queen’s Press, Queens

¹⁶² Cfr. G. Ritzer, N. Jurgenson, (2008), *Producer, consumer... prosumer?* in “Consumption, Prosumption. *The Nature of Capitalism in the Age of the Digital*” *Prosumer*”, Paper presentato all’incontro annuale dell’American Sociological Association, Boston, Maryland. Per *prosumption* si intende un processo che solo di recente è diventato un tema rilevante della letteratura sociologica. In chiave economicistica, Prahalad e Ramaswamy (2004) osservano questo fenomeno definendolo come “*co-creazione di valore*”. Humphreys e Grayson (2008) hanno discusso di *prosumption* in relazione alla teoria marxiana. Zwick e altri (2008, pp. 163-196) collegano il concetto di *prosumption* alla teoria neo-marxista di Foucault, osservando come attraverso tale processo le imprese offrano nuove opportunità di libertà ai consumatori “il coinvolgimento dei consumatori in processi di cooperazione produttiva è fondato dalla loro necessità di riconoscimento, libertà e comportamento”. Già Jean Baudrillard riconosce nella “società di consumatori” un allontanamento dalla tradizione marxiana alle spalle che riconosceva grande importanza alla produzione, riconoscendo la crescente centralità del consumo. Concentrandosi principalmente sulla “cultura del consumo” per descrivere il medesimo fenomeno. Nella nozione di cultura di consumo, invece che focalizzarsi sulla struttura della società dei consumi, si focalizza l’attenzione sulle norme, i valori e i significati associati alla società dominata dal consumo. Sull’onda di questa cultura nel 1980 Toffler sostiene che l’essere *prosumer* era tipico delle società pre-industriali, che lui definiva della “prima ondata”.

¹⁶³ Con *indignados* il riferimento è ancora una volta ai giovani spagnoli che nel maggio 2011 si sono costituiti in rete per esprimere il dissenso verso una disparità nelle garanzie lavorative. Un eco che attraverso le narrazioni on line si è diffuso anche in Italia, trovando adesione in prima battuta nelle piazze di Genova, Catania, Firenze e Bologna, dove ho svolto una osservazione partecipata.

“*unCivic culture*” (cultura non-civica)¹⁶⁴ per cui si riconfigura l’agire individuale in ambienti privi di spinte normative dettate da istituzioni e organizzazioni su emanazione diretta di bisogni e aspettative individuali. “*unCivic culture*” si definisce sulla spinta di pratiche, di un agire sociale, per sviluppare temi e azioni “fuori” dal mondo politico e sociale tradizionalmente intesi. Così da sottrarsi al “controllo” istituzionale, rifiutando agende e imperativi dall’alto, privi spesso di motivazioni condivise o di obiettivi comuni. Dimensione, dunque, della cultura non-civica è data dal “doppio movimento” di chiusura/rifiuto e apertura/interazione. Nel rifiuto di uno Stato che esclude l’individuo dai principali processi decisionali per cui i soggetti rientrano dalla porta dei *mass media* in veste di “consumAttore d’informazione” capace, attraverso le nuove tecnologie, di accedere a forze comunicative e nuove potenzialità espressive: soggettive/collettive/neocollettive¹⁶⁵. Una spinta alla de-tradizionalizzazione e all’individualizzazione rafforzata dalle contingenti trasformazioni del mercato del lavoro (Beck, 2000; Bennett, 1998) che nel produrre una cultura *uncivic*, intendendo forme di partecipazione attivate attraverso la condivisione di campagne monotematiche, dalle preoccupazioni per gli stili di vita e per progetti biografici individuali. In quella che Bennett chiama “*Lifestyle politics*” (2008), “*microactivism*” (Marichal T., 2010) o “cittadinanza auto-manifesta”¹⁶⁶ (o modello S.A.C), si riconosce dunque un comune denominatore riscontrabile in comportamenti individuali e auto-determinati da un senso “politico” resi pubblici dai nuovi ambienti mediali “democratici”, in cui regna libertà di parola ed espressione di manifestazioni di pensiero/opinione dei soggetti che abitano la rete in modo creativo, anche negli usi eterogenei di tecnologie e strumenti. La vita quotidiana di ogni individuo è così intrisa di comunicazione¹⁶⁷, che si rende auto-evidente lì dove lo fa anche

¹⁶⁴ “*The UnCivic Culture: Communication, Identity, and the Rise of Lifestyle Politics*”, articolo di Bennett W. L., December 1998, pubblicato in *Political Science & Politics*.

¹⁶⁵ Più volte è emerso il concetto di rimando ad un consumatore/Attore/cittadino di informazione nel corso di seminari e incontri voluti dal Ces.co.com (Centro studi avanzati sul consumo e la comunicazione) nel corso dell’anno accademico 2010/2011, a cui ho preso parte.

¹⁶⁶ Il concetto di “*Self actualizing citizenship*” è introdotto da Bennett nel senso della “cittadinanza che si auto-realizza” riprende uno dei termini utilizzati già in varie teorie psicologiche con connotazioni leggermente differenti. Il termine fu originariamente introdotto dal teorico organicista Kurt Goldstein allo scopo di realizzare il pieno potenziale personale. Nella visione di questo autore rappresenta il movente principale dell’organismo: “la tendenza alla auto-realizzazione nel modo più completo possibile, l’unità di auto-realizzazione”. Carl Rogers allo stesso modo scrisse della “forza curativa nella psicoterapia, la tendenza dell’uomo di realizzare se stesso, accentuare le proprie potenzialità [...] per esprimere e attivare tutte le capacità dell’organismo”. Cfr. C. Rogers, 1961, *On Becoming a Person: a therapist’s view of psychotherapy*, Houghton Mifflin Harcourt, London, pp. 350-351. Comunque il concetto è portato alla ribalta con maggior risalto nella teoria della gerarchia dei bisogni dell’antropologo Abram Maslow come il livello finale di sviluppo psicologico che può essere raggiunto “quando tutti i bisogni primari e psicologici sono soddisfatti e la realizzazione della piena realizzazione individuale ha luogo”.

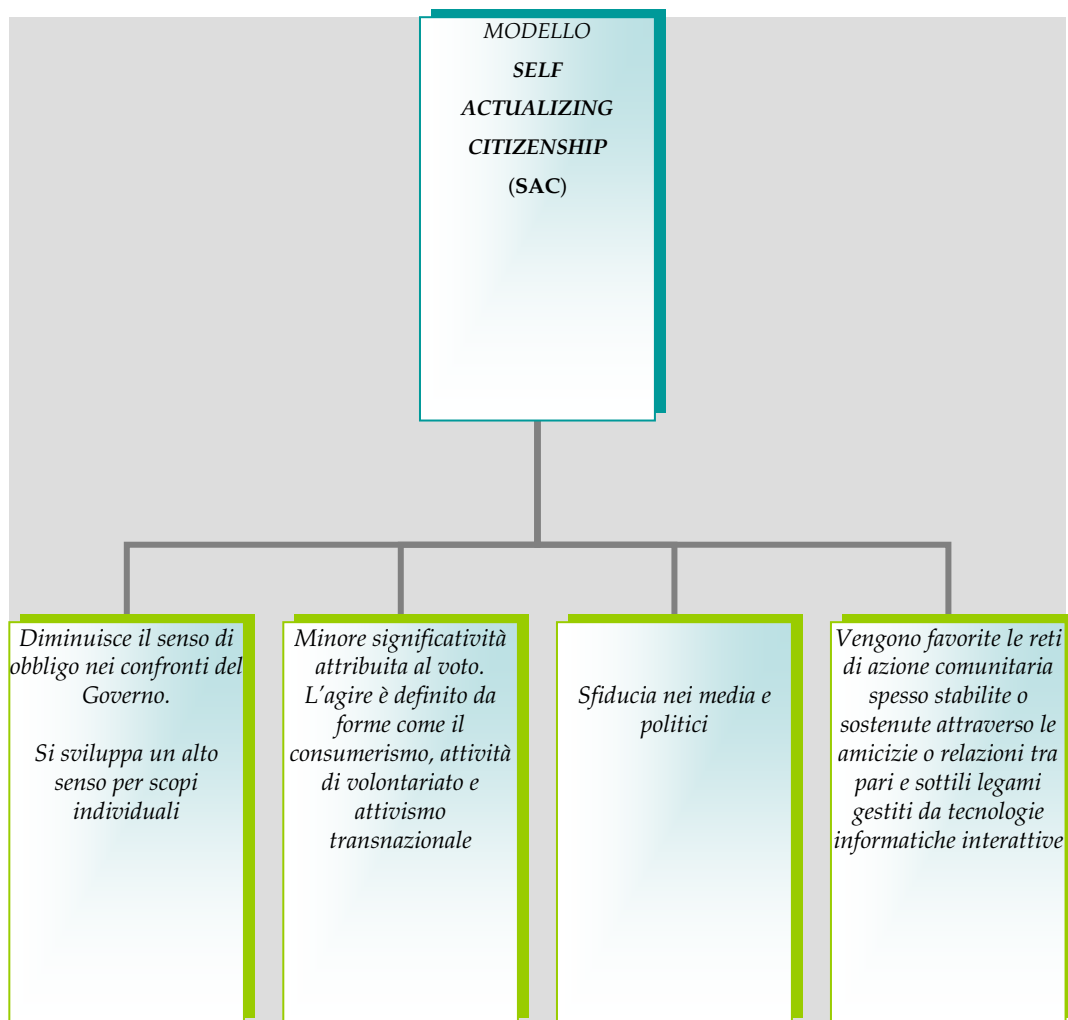
¹⁶⁷ Watzlawick asserisce che “non si può non comunicare”. Non esiste qualcosa che sia un non-comportamento o, per dirla più semplicemente, non è possibile non avere un comportamento. Ora, se si accetta che l’intero comportamento, in una situazione di interazione, ha valore di messaggio, vale a dire è comunicazione, ne consegue che, comunque ci si sforzi, non si può non comunicare. L’attività o l’inattività, le parole o il silenzio hanno tutti valore di messaggio: influenzano gli altri; e gli altri a loro volta non possono non rispondere a queste comunicazioni e in tal modo comunicano anche loro. Ogni comunicazione ha un aspetto di contenuto e un aspetto di relazione, di modo che il secondo classifica il

la dimensione della comunicazione che diviene inseparabile dall'azione che fa scaturire. Comunicazione che si definisce su differenti concetti quali lo *status* e ideologie comuni, oggettivabile da comportamenti comunicativi che trovano forma in specifiche piattaforme sociali dove sussistono iniziative di stampo comunicativo, equivalenti alle esperienze personali/quotidiane vincolate al processo di attribuzione del valore civile/politico. Superando di fatto i limiti concettuali imposti dagli studi di sociologia politica classica, tanto da dubitare dell'idea per cui le tecnologie dell'informazione e comunicazione (ICT) siano mero strumento per le organizzazioni formali o degli attivisti. A tal proposito Marichal (2010, *cit.* pp. 3-5) afferma che "negli ultimi anni gli studiosi si sono allontanati dalla visione per cui le tecnologie dell'informazione e della comunicazione (ICT) rappresentino semplicemente uno strumento per organizzazioni formali di attivisti". Per Brinedl (2010) le forme di "attivismo digitale" sono state già ampiamente esaminate attraverso il classico paradigma dei movimenti sociali. Per la studiosa sussiste la necessità di guardare al significato ed alla struttura dell'attivismo come influenzati dalle ICT. Un "microattivismo" che certamente è stato profondamente trasformato dall'evoluzione di forme di comunicazione politica del tipo *many-to-many*. Esempi di microattivismo come la formazione di gruppi politici sono di fatto visibili su Facebook, il re-tweet di articoli di interesse politico e la condivisione di video politicamente rilevanti su YouTube. Ne costituisce un esempio *Wikileaks* che ha reso di pubblico dominio documenti governativi (e non solo). Scrive Noam Chomsky a proposito: "Una delle principali ragioni del segreto di Stato è difendere gli Stati dai propri cittadini. L'aspetto più importante dei documenti resi pubblici da Wikileaks è quello che ci dicono della *leadership* occidentale: il profondo disprezzo del governo americano per la democrazia". Aggiunge *l'Economist*: "Organizzazioni come Wikileaks sono il meglio che possiamo sperare per promuovere il clima di trasparenza e responsabilità necessario per un'autentica democrazia liberale". Intenti di micro livello (e non) che costituiscono necessariamente la pre-condizione per l'azione come le forme più tradizionali di attivismo digitale. Microattivismo che porta con sé anche "la necessità di una riformulazione radicale dell'arena politica (...)". L'interazione degli strumenti e delle forme di comunicazione con quelle che sono le contaminazione culturali e le azioni politiche trovano una propria espressione in una "ibridazione dei piani di osservazione", ri-leggendo i concetti prodotti. Le più recenti ricerche empiriche dimostrano che sono in aumento gli usi politici del web così come gli "utenti politici" che on line si informano, condividono opinioni, si impegnano in attività di partecipazione sia on line che off line. Pratiche di partecipazione non convenzionale¹⁶⁸ tipiche dei movimenti sociali che si muovono da campagne *singol issue* alle proteste e manifestazioni che si diffondono attraverso il passaparola nei siti di social network (SNS). Un esempio è il Popolo Viola che è un movimento nato in rete l'indomani del *No-Berlusconi Day* (il 5 dicembre 2009) e che a tutt'oggi usa uno dei social

primo ed è quindi metacomunicazione. Quando una persona comunica con un'altra, il suo messaggio non è soltanto costituito da ciò che la persona letteralmente dice. Cfr. P. Watzlawick, J. H. Beavin, D. D. Jackson, 1967, *Pragmatica della comunicazione umana*, Astrolabio, Roma

¹⁶⁸ Cfr. G. Mascheroni, *Partecipazione politica nei siti di social network. Come diverse culture civiche giovanili abitano la rete*, in http://rc10.ipso.org/public/IPSA_Lux_paper__mascheroni_minucci.pdf

network più grande di qualunque nazione, Facebook, nel tentativo di costruire on line un'identità collettiva attraverso il consumo e la condivisione di determinati prodotti culturali nei media sociali e per coordinare le mobilitazioni nell'off line¹⁶⁹.



Anche l'agire politico nei social network è un fenomeno complesso ma anche emergente che si rende necessario con la costituzione di un nuovo paradigma che, alla luce dei cambiamenti sociali, definisce la struttura dei movimenti e la partecipazione politica rispetto a concetti tradizionali¹⁷⁰. Internet è dunque una piattaforma funzionale anche per discorsi politici affrontati da una

¹⁶⁹ E' a partire dagli esempi come l'uso dei social networks per la campagna elettorale di B. Obama e l'esperienza del Popolo Viola che si guarda ai social media come un possibile rimedio per la disaffezione dei giovani nei confronti della politica.

¹⁷⁰ Importante a tal proposito è la letteratura offerta da Chadwick (2008) ma anche da Tim O'Rielly (2005) che seppur in chiave eminentemente "technology centered" definisce le applicazioni rilevanti del web 2.0. Così da poter utilizzare il concetto di partecipazione politica offerti da Verba, Schlozman e Brady e la definizione di movimenti sociali fornita da Sidney Tarrow, la rielaborazione teorica di Donatella della Porta. Il modello SPIN, realizzato da Gerlach ed Hines e rivisto dal solo Gerlach nel 2001 che ricostruisce le caratteristiche salienti in merito alle strutture organizzative dinamiche di funzionamento dei nuovi movimenti sociali.

intelligenza collettiva, a cui attribuire importanza in base ai dati auto-emersi e ripetibili da esperienze di pubblico dominio, un impegno politico su piccola scala che prende forma attraverso le espressioni di consumerismo che trovano pratica nelle differenti e mutevoli applicazioni arricchite da utilizzatori politici con esperienza. Azioni di consumerismo, comunità di volontariato o attivismo transazionale, che come già detto non si disegnano più su posizioni asimmetriche di potere. Mercato e società civile si muovono al fine di ricostituire il bene comune e ridefinire una nuova “felicità” intesa, non più come un tempo, come maggior sviluppo maggior progresso. Una “felicità” che grazie ai nuovi media digitali sta tentando un ritorno alla centralità delle relazioni. Ricordando che lo spazio della politica è lo spazio di “inter-esse” o “dell’essere fra” sottolineato da Hanna Arendt, esistendo in uno spazio costitutivo anche di rapporti specificamente politici, di rapporti che si fondono tra i diversi attori. Ricordando come già con la modernità “pubblico” significava “aperto” o “accessibile a tutti”, come visibile e osservabile, in contrapposizione al privato inteso come nascosto alla vista, distinzione che rimanda a quella tra “pubblicità” e “riservatezza” (Thompson, 1998, p.178) che trova massima espressione con la nascita della stampa e nel suo pubblico di lettori, un “pubblico senza luogo” che aveva accesso alla cosa pubblica attraverso “la parola stampata” capace di stimolare relazioni “faccia a faccia”, conversazioni che se un tempo avevano inizio e continuazione nei “luoghi della socialità borghese” oggi si articolano in luoghi “altri”, virtuali, dove i rapporti possono assumere anche forma politica, ricollocandosi all’interno di un sentiero segnato ancora da Arendt, che definisce “non politici” quei rapporti che si fondano su “essere la stessa cosa” così che non è la fratellanza, quanto l’amicizia ad essere un legame specificamente politico, in quanto la politica è l’arte, essenzialmente, della pluralità. E’ negli spazi di mediazione comunicativa che prende forma una cultura civica e un impegno civico che assumono nuovo vigore, dove cittadini creano i propri legami nella ragnatela delle reti di comunicazione virtuale “fare media” (Boccia Artieri, 2002-2004) nelle trame della cultura civile mediata dal computer “farsi media” (Boccia Artieri 2002-2004).

5.9.1 Democrazie e impegno civico dei giovani nelle comunità *on line*

Il concetto di cittadinanza che Bennett raccoglie essenzialmente alla luce di due paradigmi interpretativi ci porta a riflettere anche sulla questione che la *civic engagement* e la *(e)-democracy* nell’età digitale siano due concetti strettamente legati anche alle generazioni più giovani che abitano le comunità politiche on line. Soprattutto in via del fatto che la democrazia non è più una cosa sicura (Bennett, 2008a). Infatti, nonostante i governi e i sistemi di partito si sforzino di agire contro i cambiamenti nelle società, magari cadendo preda di corruzione e cattive politiche, i soggetti della rete tentano di riaffermare i propri diritti di *(e)-governance* attraverso azioni di *riforma creativa*. Mentre oggi la politica si pone al centro di mutamenti personalizzanti, il senso di partecipazione ne costituisce la differenza. Così che il sentimento di sfida

nell'influenzare il corso delle nazioni come di affrontare questioni globali trovano soluzioni creative nelle generazioni dei giovani cittadini che hanno accesso agli strumenti di comunicazione digitale. La crescente diffusione di *software* sociali come di piattaforme multimediali consente di raggiungere livelli senza precedenti di produzione e distribuzione di idee, di deliberazione pubblica e organizzazione di rete (Bennett, 2008). Età digitale in cui molti giovani cittadini-consumatori hanno dimostrato la propria volontà a contribuire in società. L'impegnarsi con il governo o con la politica diviene per molti giovani una sfida scoraggiante per numerosi motivi. Tra questi il fatto che molte delle democrazie, anche tra le più affermate, stanno dimostrando segni di superamento, nonostante l'impegno a reinventarsi tentando goffamente di mantenersi al potere (Bennett, 2008, pp. 1-3). I mezzi di massa quali la stampa presentano spesso le conversazioni più bieche dei politici che hanno così lasciato percepire la politica come sgradevole piuttosto che un vocabolario da poter accettare. Un aspetto questo che si accentua se si pensa alle generazioni più giovani che si sono allontanate dalla politica di governo tradizionale in numero elevato. Un distacco dalle forme di governo che hanno messo in luce percorsi differenti: se da un lato gli adulti percepiscono negativamente la politica, la stampa non risparmia battute ciniche e i candidati politici si rivolgono raramente agli elettori più giovani cercando di rispondere alle loro preoccupazioni. Una politica avvertita come non autentica che fa uso di una comunicazione che segue ancora le vecchie logiche. Parallelamente a ciò il distacco dalla vita pubblica è dovuto all'emergere delle reti di amicizia on line in cui si incrociano ambienti di intrattenimento e consumo. Aree non governative in cui è alto l'impegno civico da parte anche dei giovani, sia nelle comunità di volontariato ma anche attraverso l'attivismo dei consumatori con un loro coinvolgimento impressionante alle cause sociali come l'ingiustizia economica locale e globale, l'ambiente. Molte forme di condivisione di attività on line (blog, siti di intrattenimento, social network in cui si mettono in gioco conflitti e comportamenti di protesta) rappresentano forme di impegno civico (Jenkins, 2010; Ito, 2008 *et al.*). Inoltre le molte forme di espressione collettive on line, spontanee e creative, divengono più attraenti, soprattutto per i più giovani, rispetto alle opzioni offerte nei siti dei governi o delle organizzazioni non governative. Si rende a tal punto evidente chiedersi cosa si intende per "civico"? Questo concetto intanto implica una certa idea di pubblico (come la *polis* o la sfera pubblica), intendendo con ciò un dibattito aperto sui temi di generale interesse sociale tra le persone, su cui non sempre tutti concordano. Un interesse che a volte in Internet assume le tendenze non solo dell'individualizzazione e della frammentazione sul dibattito sociale/politico, ma si costituisce come argomento di gruppi di nicchia, minando così quel senso civico che dovrebbe abbracciare e coinvolgere ogni cittadino. Forme che si sono rese evidenti a causa di un venir meno della fiducia verso le istituzioni che non deve essere inteso come contingente all'ascesa di Internet ma antecedente, come anche Bennett sottolinea, all'uso di massa di Internet. Oggi però si può dire che il futuro della democrazia è nelle mani dei giovani cittadini dell'era digitale così che molti cittadini (ma anche giovani cittadini) delle società economicamente più prospere, hanno nelle proprie mani gli strumenti del cambiamento, attraverso computer portatili o telefonini di ultima generazione,

per le convergenze tecnologiche. Tanto che è da credere che i nuovi media hanno riposizionato i propri utenti nella società come produttori e consumatori di informazioni. I *new media* permettono la rapida formazione di reti su larga scala in cui poter concentrare le proprie energie nei momenti più critici come nel caso dei *Smart Mobs*, come li definisce Rheingold (2000), in cui si utilizzano differenti dispositivi digitali per coordinare le proteste. Tecnologie che consentono la formazione di grandi reti politiche come la formazione di *Indymedia* (una rete globale creata attraverso la distribuzione di *software open source* in cui condividere o produrre informazioni di attivisti giovani sotto il motto “Essere il Media”). Rete che ha avuto avvio nella già nota protesta di Seattle (1999) contro l’organizzazione mondiale del commercio o come nel caso del *networking* attivato per la guerra in Iraq il 12 febbraio 2003, in cui si stimavano tra i tredici ed i venti milioni di partecipanti, divenendo le più grandi proteste della storia umana. Un impegno civico che si diffonde dunque nelle comunità on line e che coinvolge anche i giovani (intendendo la fascia di età che va più o meno dai 15-25 anni) delle comunità on line, in cui si delineano due paradigmi differenti (Bennett, 1998, 2008):

1. i giovani cittadini-consumatori ragionevolmente attivi e impegnati;
2. i giovani cittadini-consumatori disimpegnati (*unCivic culture*)

Il primo paradigma, quello dei “*giovani impegnati*”, evidenzia implicitamente una differenziazione generazionale delle identità sociali, che hanno poi condotto alla crescente importanza delle reti tra pari nelle comunità on line. In tal caso nonostante un calo di credibilità e autenticità nei confronti di numerose istituzioni pubbliche ma anche dei loro discorsi da parte principalmente delle generazioni più giovani e che sono parte della più tradizionale vita politica, soprattutto per le *performance* del governo e le narrazioni delle notizie che li allontanano maggiormente non trovando un punto di contatto, la responsabilizzazione di questi, in quanto individui espressivi in grado di fare liberamente e simbolicamente le proprie scelte creative, *facilita anche il dovere alla partecipazione nelle attività centrate di governo. Aprendo nuove azioni civiche nelle arene dei media sociali.*

Al contrario il paradigma dei “*giovani disimpegnati*” riconosce il crescere delle forme autonome di espressione pubblica come la politica fatta dai consumatori, dando forza al declino generazionale nei legami con i governi ed il coinvolgimento civico con questi ultimi. Si rende evidente per i “giovani disimpegnati” una personalizzazione e privatizzazione della sfera politica (consumatori-cittadini che vivono in mondi on line pesantemente commerciali) concentrandosi maggiormente su come promuovere azioni pubbliche che puntano al governo come il centro della politica democratica. Sono questi punti che fanno emergere un impegno politico che riflette i reali cambiamenti generazionali nella natura della stessa cittadinanza (superando il modello centrato su doveri e obblighi) incentrato sulle variazioni di identità da parte dei cittadini più impegnati (coinvolgendo maggiormente la realizzazione di sé, divenendo espressione personale e di individualità) nella società tardo moderna della globalizzazione. Il paradigma vive di nuovi mutamenti generazionali negli

stili di cittadinanza (Bennett, 2008) che sono emersi già nelle democrazie post industriali. Il senso di base della cittadinanza, in cui le giovani generazioni si dimostrano maggiormente responsabili è legato alla definizione di una propria identità utilizzando gli strumenti offerti dai social network come dai mezzi di comunicazione digitale. Si respira di fatto un passaggio generazionale transnazionale dalle democrazie post-industriali in cui sussisteva un modello di cittadino “rispettoso” (aderente alle vecchie dinamiche di rappresentanza in cui le generazioni si posizionano su contesti sociali più tradizionali) – ad un modello di cittadino “attualizzante” che gode di un attivismo di rete per affrontare le questioni che riflettono valori personali. Ancora Bennett sostiene come la cittadinanza *self actualizing* di marchio politico può essere tangenziale al governo e alle organizzazioni politiche convenzionali. Chi appartiene a culture civiche consolidate nell’off line, radicate in forme di partecipazione sia convenzione (i partiti) che de-istituzionalizzati (movimenti, collettivi e associazioni) considera le forme di partecipazione on line come parziali e provvisorie quando non si collocano in forme pre-esistenti off line correndo il rischio di non consolidarsi off line in nuove culture civiche (Mascheroni, 2010). La capacità di alimentare il senso di appartenenza e di partecipazione non è, continua Mascheroni, generalizzabile ma si lega alla stessa *issue*. Nel modello SAC (*self actualizing citizenship*), in cui come è già emerso si registra una diminuzione di fiducia nel governo, cresce il senso nel perseguimento di scopi individuali per cui il voto diviene meno significativo rispetto ad altre azioni come il consumo. Le informazioni sulle questioni di governo sono sostenute attraverso amicizie e relazioni tra pari in cui si respirano legami “deboli” gestiti dalle tecnologie informatiche interattive che entrano in organizzazioni della società civile in cui poter esprimere insieme agli altri connessi i propri interessi. Così che gli ideali tradizionali delle *Dutiful citizenship* si scontrano con l’ideale emergente della cittadinanza auto-attualizzata (SAC) che non riesce a riconoscersi nell’immagine di una cittadinanza tradizionale (DC). Ciò che emerge è la necessità, avverte Lance Bennett, della costruzione di un ponte tra i due paradigmi necessario per promuovere il dialogo tra la politica e la pratica di cittadini-consumatori. Si rende così necessario da parte dei politici e dei funzionari pubblici, che rappresentano il mondo ufficiale della politica, conoscere meglio la cittadinanza e la comunicazione per trovare con questi un miglior modo di comunicazione; così che anche chi partecipa on line come anche le agenzie governative, le fondazioni e organizzazioni non governative possano avere maggiore conoscenze sul modo di operare dei siti governativi on line. In modo da “attivare partenariati” con le generazioni che manifestano la necessità di riconoscerli come autentici e credibili. Si rende così importante un’organizzazione di notizie e di informazione pubblica capaci di attirare l’interesse del cittadino AC nell’interazione e co-produzione di contenuti digitali per una migliore integrazione delle informazioni da parte delle dimensioni/azioni della cittadinanza. Si rende necessaria la diffusione di una cultura per colmare il *gap* tra i due paradigmi in modo da arginare uno scenario di *disconnessione* nei confronti della politica convenzionale e gli stili di cittadinanza DC. Uno sfondo questo, ci dice Bennett, che porterà, se non aiutato da una cultura nuova, alla crescita di generazioni giovanili che si auto-attualizzano per cui la politica avviene con “altri mezzi. *Consumerism* politico, contestazioni attraverso le reti

di intrattenimento [...] emettendo *hardware* locali per problemi globali". L'obiettivo dovrebbe essere quello di una cultura non solo di responsabilità, capace di garantire alle generazioni future le stesse possibilità di quelle attuali, ma anche in grado di avvicinare la politica alle giovani culture creative.

5.10 "Il voto diviene meno significativo di altre azioni": il consumo critico

I cittadini, lì dove il voto diviene meno significativo, si dotano di azioni che confluiscono nella fluidità dei tanti ruoli che rivestono, compreso quello di consumatori. Una società civile connessa tramite le nuove tecnologie della comunicazione che danno vita a forme di autorappresentazione (Castells, 2010), distanziandosi dall'idea di specifica cultura politica strettamente connessa al buon funzionamento dei sistemi democratici. Cultura civica appartenente sia alla tradizione che alla modernità, pluralista, basata sulla comunicazione e sulla persuasione, del consenso e della modernità, che non ha permesso i cambiamenti ma li ha moderati (Almond, Verba, 1963). Una cultura civica che si è autoattualizzata nella ricerca di nuove soluzioni in risposta alle crisi valoriali che si sono andate accentuando negli ultimi anni. Richiamando l'ipotesi che le crisi valoriali, che hanno prepotentemente fatto il loro ingresso nella società globale, non trovano più soluzioni nelle tradizionali forme di rappresentanza istituzionale (che un tempo si facevano carico delle istanze dei cittadini), si è osservato come tali istanze sono sempre più frutto di cittadini/consumatori, di una cittadinanza tesa oggi a farsi autoportatrice del bene comune. Nell'obiettivo di una nuova partecipazione che, lasciando la rappresentazione democratica tradizionale, fa leva sul mercato attraverso azioni responsabili tese ad un consumo critico di beni principalmente immateriali. Azioni che trovano nell'autocomunicazione di massa forme nuove e inedite di connessione e potere. Il potere di una comunicazione che nell'eco dei social media mettono in relazione i pubblici connessi in spazi e tempi differenti, dando luogo ad azioni collettive come nel caso degli *indignados* che dalle piazze spagnole si sono collegati con migliaia di altri *indignados* per dar voce e sostenere la narrazioni di giovani senza lavoro, per cui si affacciano allarmanti diseguaglianze con sistemi di *welfare* inesistenti. Come nel caso dei "99%" (come si sono descritti i partecipanti di *Occupy* (occupiamo) *Wall Street*, che levano la propria voce dagli spazi simbolici dei detentori del potere finanziario (l'uno per cento). Come "Rai per una notte", evento cross mediale, primo in Italia, che ha unito differenti mezzi di comunicazione di massa, ma anche quelle che Smythe (1981) definisce merce-audience: prodotta solo in parte dall'industria culturale e che riproduce se stessa nelle innumerevoli interazioni comunicative quotidiane che passano anche dagli spazi virtuali globali. Una produzione di senso il cui valore d'uso dona alla merce-audience un valore di scambio ad esempio nel passaggio dalle industrie culturali agli inserzionisti che aggiungono alle merci "valore di senso" nel contenuto informativo-culturale. Un valore accentuato da innumerevoli interazioni comunicative quotidiane. In spazi

che vanno dall'abitazione alla grande distribuzione, dal locale, ai nuovi spazi virtuali globali. Lì dove l'atto di consumo non è da intendere come mera considerazione economica ma come scelte legate ai prodotti, produttori e servizi in base alla politica dei prodotti. *Nella logica di una responsabilità che garantisca alle generazioni attuali, come a quelle future, uguali possibilità.* Prendendo atto che la politica non è più in grado di rispondere alle istanze dei cittadini, schiacciata dal colosso mercato. E' qui che il cittadino nella sua mutuata veste di consumatore cerca di intraprendere azioni differenti dall'atto del voto attraverso cui imporre la propria etica politica, i propri valori e le virtù. Cercando di far rientrare la politica nel mercato attraverso le azioni/scelte dei consumatori e delle loro organizzazioni, utilizzando la messa in rete di informazioni/contenuti che fluiscono nel mondo attraverso le reti digitali di relazione. Mentre le economie sono appese al filo del debito nel rincorrersi delle crisi, i responsabili politici sono chiamati a delle scelte sulle sorti dei propri Paesi, tentando di mettere una toppa ai buchi lasciati dalla finanza. In tale panorama molti auspicano un ritorno al passato, tanto che i movimenti no global fanno ancora sentire la propria voce in merito, altri, come chi guarda con sguardo colto e attento all'economia ed alla finanza, ritengono possa essere una soluzione controproducente. Difatti una "deglobalizzazione" del processo di globalizzazione in atto¹⁷¹ potrebbe compromettere i delicati equilibri e nulla garantisce che si possa ricostituire il tutto come era un tempo. La globalizzazione a oggi è un processo irreversibile che persino l'economista Patrick Artus che nel 2008 aveva dichiarato "il peggio deve ancora arrivare" è oggi pronto a sostenere che sarebbe folle "rifiutare la globalizzazione"¹⁷². Anche se, avverte l'economista Elie Cohen, "il discorso della globalizzazione felice è oggi difficile da fare"¹⁷³, in cui si rende evidente che "il problema centrale è quello della *governance* mondiale", ribatte Daniel Cohen¹⁷⁴. La forza di opporsi alle regole del mercato arriva dai cittadini-consumAttori. Cittadini che si caricano di sempre maggiori responsabilità nelle proprie scelte di acquisto e di consumo e che divengono l'estensione di un intendere la politica e l'economia in relazione tra la vita pubblica e quella privata¹⁷⁵. Di fatto esiste una correlazione rilevante tra le scelte quotidiane di ogni cittadino-consumatore e le questioni globali legate all'ambiente, ai diritti umani, a quelli dei lavoratori per uno sviluppo sostenibile. *Detto diversamente si rende percepibile una politica dei prodotti di consumo che si lega alle scelte di ogni individuo nel pensare in modo politico a livello privato.* Una politicizzazione dunque del privato che rende ancora più evidente la vicinanza tra la sfera economica e la sfera politica.

¹⁷¹ Cfr. F. Lordon, *La deglobalizzazione e i suoi nemici*, in *Le Monde Diplomatique*, settembre 2011.

¹⁷² Cfr. P. Artus, *Ce n'est pas le moment de refuser la mondialisation*, in *Flash économie*, Natixis, n. 472, 21 giugno 2011.

¹⁷³ E. Cohen, *L'idéologie de Davos a buté sur la crise*, nouvelobs.com, 26 gennaio 2010.

¹⁷⁴ D. Cohen, *Sortir de la crise*, *Le Nouvel Observateur*, Parigi, 7 settembre 2009.

¹⁷⁵ L'esempio più classico ripreso anche da Micheletti (2010) è quello del Nike e-mail Exchange per cui un giovane studente raggiunse con facilità milioni di persone divenendo la celebrità dei media mondiali con uno scambio di e-mail per denunciare la delocalizzazione della forza lavoro e delle conseguenze della globalizzazione sui Paesi in via di sviluppi. Nonostante le differenti critiche, molti ritennero questo scambio di e-mail un nuovo modo di fare politica e di influenzare i potenti attori mondiali. Persino la stessa multinazionale Nike decise di affrontare le condizioni nel lavoro con il giovane autore nei media di massa, per l'eco che si era diffuso sulla questione.

Scelte di consumo che inducono a pensare che di fatto non sussista alcun confine tra sfera politica e sfera economica". L'arena del mercato viene ad intesa come arena politica¹⁷⁶. Tanto che il comportamento nella vita quotidiana di ogni cittadino non è più solo una questione di vita privata ma diviene importante a livello locale sino a quello globale. A tal proposito è interessante la metafora "dell'impronta" per cui ciascun individuo lascia nel suo cammino delle impronte siano esse ecologiche, etiche e pubbliche, come a dire lasciamo agli altri delle conseguenze vivendo quotidianamente una vita apparentemente privata (Mathis, Rees, 1996; Micheletti, 2010). "Gli individui riescono a sentirsi gli artefici delle azioni politiche globali" Beck, Beck-Gernsheim, 2001, p. 45). Parlare dunque di consumo critico vuol dire azioni intraprese da persone che nella loro scelta tra prodotti e produttori tentano di modificare istituzioni e pratiche di mercato ritenute riprovevoli. I consumatori-cittadini critici sono le persone che partecipano a tali scelte come parti integranti di un contesto complesso sociale e normativo (Micheletti, 2003). Agendo a livello individuale e collettivo.

Il consumo critico diviene per molti studiosi un fenomeno in cui i cittadini cercano linee guida che li aiutino a formulare un proprio credo individualizzato ed a vivere al di fuori della politica tradizionale e della società civile tradizionalmente intesa, lì dove denaro e morale non si muovono sulle stesse linee. Una utopia (direbbe Aristotele) che Bloch definisce concreta, una individualizzazione della responsabilità nella collettività. Si rompe così la barriera dell'ossimoro. Dando forza al ruolo del mercato nella politica e di questa nel mercato. Per quanto studi critici sul consumo critico, principalmente di marchio Usa, sostengono che le ricerche empiriche su questo fenomeno siano esse stesse una dichiarazione politica. Ma di fatto nessuno in tale analisi vuol distogliere da una responsabilità che non appartiene solo al cittadino-consumatore, dimenticando il ruolo principale del governo. Di fatto si rende un modo altro di intendere la politica non più centrata sullo Stato-nazione. Il tentativo è qui di delineare come il consumo critico possa essere un buon strumento nelle mani dei cittadini-consumatori dal momento che il voto diviene meno significativo di altre azioni Attraverso un'azione collettiva individualizzata. Azioni che non solo superano il confine tra sfera pubblica e privata, nella separazione tra cittadini nella loro veste di individui politici e consumatori/famiglie in quanto attori privati, ma anche tra sfera politica ed economica. Soprattutto per via della crescente incapacità degli Stati di assicurare il benessere ai propri cittadini. Ripensando la stessa idea di governabilità. *Un impegno politico che coinvolge attori ed istituzioni al di là del tradizionale sistema di partecipazione alla vita pubblica e di gestione del potere* (Micheletti, 2010, p. 22). Pertanto la politica oggi riguarda quello che un tempo era definito come *ambiente di un sistema politico* interessando sfere di vita a

¹⁷⁶ Diversi sono le prospettive di studio che definiscono il consumo critico. Per gli studiosi di marketing ad esempio esso influenza delle scelte sugli attori del mercato, misurando le conseguenze sul modo di pensare e sul comportamento. In genere il consumo critico è letto per decifrare teorie del postmodernismo, della riflessività dagli scienziati sociali, affiancandosi poi agli studi di scienze politiche esso assume due valenze: come esempio di *governance*, iniziative di *soft-law* (come li definisce Micheletti) di codici di autoregolazione e forma di impegno del cittadino nella vita pubblica.

differenti livelli. Per risolvere i problemi di azioni collettive e risolvere la responsabilità del benessere dei cittadini, si muove una collaborazione tra istituzioni statali e parastatali, non governative e private per attivare e definire una nuova *governance*. Intendendo in quest'ultimo caso il fatto che il sistema politico interagisce con il territorio, dipendendo l'uno dall'altro. Tanto che lo Stato perde il suo ruolo di attore di potere della politica non riuscendo attraverso le azioni di governo a soddisfare gli obiettivi. La ricerca di nuovi strumenti politici, in cui i cittadini-consumatori tentano la strada di un'autocomunicazione dei propri bisogni sul benessere comune e di relazioni, attraverso istanze che ora partono dal basso, definiscono la nuova *governance*. Soprattutto alla luce della delegittimazione e fiducia nel governo ed alla sua capacità ed efficacia nel formulare linee programmatiche, di creare una maggioranza e l'eccessiva burocratizzazione di iniziative nate per risolvere i problemi. Le politiche governative non sono in grado da sole di creare soluzioni bilanciate ai problemi. Il consumo critico si insinua come meccanismo di guida virtualmente efficace. Non per guadagnare l'attenzione e l'intervento dello Stato ma riguarda valori e virtù. Questioni etiche sul modo in cui i cittadini-consumatori possono creare un buon livello di vita. In tale prospettiva ogni persona-cittadino-consumatore si dota di una (co)responsabilità individuale nella risoluzione dei problemi. Una società "civile disimpegnata" che riconosce il crescere delle forme autonome di espressione pubblica come la politica fatta dai consumatori. Una "*unCivic culture*" per sviluppare temi e azioni "fuori" dal mondo politico e sociale tradizionalmente intesi. Un'individualizzazione senza classi che si muove sul piano collettivo per sfiducia nella politica tradizionale che adotta attività di controllo e reti mobili di regolazione assieme ai cittadini-consumatori per una trasparenza delle organizzazioni proposta come buona soluzione (seppur non sempre sufficiente) di *governance*. Sfuggendo a volte i rischi legati all'ambiente o dalle logiche di relazioni *peer to peer*. *De facto* il consumo critico costituisce una guida alternativa, un emergente strumento normativo, nelle linee di *governance*. Una collaborazione creativa per la sostenibilità tra attori ed istituzioni locali e globali. Una cooperazione alla ricerca della giustizia e della solidarietà, nella coesione dei partecipanti. Un consumo critico che mette in campo sia persone che tentano la difesa dei diritti di pubblico interesse, sia da persone che cercano di difendere gli interessi privati da forze esterne. Il consumo si ritaglia uno spazio d'importanza virtuale nell'impegno politico. Luogo d'incontro per l'azione politica (Scammell, 2000, p.352). Offrendo la possibilità agli individui di pratiche *policy making* altrimenti precluse alla partecipazione dei cittadini. Scelte ed atti di consumo che possono favorire una partecipazione alla costruzione di politiche nel mondo privato come pubblico. I cittadini-consumatori attivi nelle scelte di consumo e istituzionalizzate nel momento in cui si costituiscono attraverso un proprio marchio/identità di riconoscimento. Le azioni dei consumatori sortiscono delle risposte anche nel mondo privato delle aziende. Le questioni etiche, come le questioni che riguardano i diritti umani, possono entrare nei dibattiti politici. Le scelte e azioni di consumo possono essere lette come una partecipazione tesa alla costruzione di politiche sia nella sfera pubblica che privata. Se si pensa alle aziende produttrici di beni, l'impegno dei consumatori le sta costringendo a interessarsi anche della propria reputazione e immagine pubblica. Un numero

sempre crescente di attori sono percepiti come in grado di assumersi grande responsabilità nel pubblico. Nelle proprie scelte i cittadini-consumatori possono farlo singolarmente o in gruppo. La globalizzazione dell'economia così come la giustizia globale hanno deviato azioni e scelte da quelle della politica a quelle del mercato. Spostandosi dai gruppi politici di pressione e dai movimenti alle imprese multinazionali attraverso non solo le scelte d'acquisto ma metodi meno convenzionali come il "sabotaggio culturale" come *l'hacktivism* e il *guerilla advertising*: al fine di rendere coscienti i consumatori globali sulle politiche dei prodotti. Forma principale di azione diviene dunque quella degli attori del mercato. La partecipazione dei cittadini-consumatori nella loro fase critica ha ridefinito l'idea di politica e democrazia. Ogni cittadino nella sua veste di consumatore critico diviene l'attore principale della politica.

I singoli si assumono le responsabilità per il perseguimento del bene comune. Il consumo si insinua come spazio privilegiato in cui affrontare le proprie argomentazioni politiche, utile per la soluzione di problemi di tipo sociale. Inoltre il consumo può fornire la possibilità di dettare l'agenda politica di attori altri, oltre le istituzioni, esercitando pressioni al tavolo delle contrattazioni. Sapendo che queste ultime si definiscono nel rapporto di potere e assegnazione di valori da parte di imprese private che ne detengono il controllo alla pari di governi privati. Diviene pertanto legittimo che i cittadini-consumatori si interessino delle politiche aziendali per influenzarle, a loro volta, politicamente. Gli strumenti di cui si dota il consumo sono differenti, tra quelli tipici del mercato come le azioni di boicottaggio (quando si premia con un atto di consumo) ed il boicottaggio a posizioni/contenuti espressi nel mondo on line da un controcultura che si esprime su una cultura dominante. Sottoponendo anche lo spazio di azione della politica sotto un nuovo e mutato sguardo, non più legato alle logiche tradizionali ma che si disegna sulla partecipazione privata nella sfera del mercato. Cittadini-consumatori dinamici che si dotano del potere di creare nuovi contenuti narrativi in cui formare coalizioni per la risoluzione dei conflitti e le ingiustizie a livello globale. Questi potrebbero in futuro essere gli "imprenditori politici del nostro futuro comune" (Micheletti, 2010, p.38). Pertanto il *cittadino-consumatore, al pari della società civile*, è "un nome in codice che serve a indicare quelle persone che si assumono la responsabilità della propria vita" (Phillips, 1999, p. 59).

Assunzione di responsabilità che vuol dire capacità di giudizio, autonomia e solidarietà "che per molti studiosi sono i tre principali fattori dell'essere cittadino" (Van Gunsteren, 1998, p.12). Tre caratteristiche che richiedono da parte dei cittadini-consumatori risorse e abilità civiche. Scelte di consumo sempre più vicine alle vite quotidiane di ciascuno. *Ipso facto* il consumo critico diviene uno strumento di reinvenzione dell'essere cittadino che acquisisce coscienza politica non solo da parte di uomini e donne ma anche di giovani. Il consumo critico è divenuto un buon mezzo per partecipare alla politica e rendere legittimi i propri interessi. Uno strumento per il riconoscimento pubblico. Cittadini-consumatori che si caricano di responsabilità, sviluppando una coscienza civile in situazioni in cui si sentono sicuri nell'azione. Pensare alla politica in termini tradizionali vuol dire restringere il campo di osservazione per cui cittadini-

consumatori scelgono l'abnegazione e l'autolimitazione, magari nel sentiero di virtù segnate un tempo dalla tradizione politica. Bravi cittadini animati da alto senso civico a cui si somma quello privato, nel senso di virtù privata, come quello delle famiglie che mettono in comune le inquietudini private impegnandosi in azioni collettive nelle reti locali. Per Saul Alinsky, attivista americano, nell'atto del consumo critico "si rivendica una giusta indignazione morale solo quando serve al proprio scopo" (1971, p. 64), una politica delle virtù deve comprendere l'interesse individuale privato. Di contro la politica si apre alle preoccupazioni private e dell'interesse individuale. Così che problemi della vita quotidiana entrano a far parte della lotta per il bene pubblico (Micheletti, 2010, p. 45). Cittadini-consumatori che oggi trovano forza nelle relazioni attivate dalla vicinanza offerta dalle reti digitali. Ma oltre ad offrire vicinanza geografica, Internet permette a ogni individuo un modo di narrarsi su problemi personali, condividendo preoccupazioni e creando una conoscenza comune secondo cui si comprende che i propri problemi non sono esclusivi. La vicinanza fisica o virtuale dei cittadini crea coesione, fiducia e capitale sociale tra le persone che ragionano allo stesso modo (Putnam, 1995, pp. 122-124), legami di solidarietà. La pressione di gruppo in social media attiva reti amicali o di famiglie a partecipare alla causa come segno di amicizia o per quiete familiare. I singoli individui ritengono pertanto che sostenere la causa divenga cosa giusta, strategia da perseguire nel lungo tempo da parte di attori individuali collettivi. Azione collettiva di fiducia in un alto capitale sociale, coinvolgono le cosiddette "persone a bassa soglia" poiché scivolano con facilità nell'impegno attivo con gli altri. Persone capaci di usare tempo, denaro e capacità civiche per assumere i rischi per risolvere problemi politici di natura privata (Micheletti, 2010). Cittadini-consumatori che attraverso il loro entusiasmo coinvolgono altri attori che magari non hanno interesse per lo stesso problema. Sostenitori iniziali che informano attraverso narrazioni e contronarrazioni. La massa di persone coinvolte dà vita a movimenti di massa, mentre le istituzioni politiche sono tenute a prenderne atto. In virtù di un nuovo impegno politico. Cittadini-consumatori che prendono coscienza del proprio ruolo politico nel momento in cui entrano in contatto con attori del mercato.

Portando la politica sul mercato. Liberando energie, tempo e creatività per perseguire un fine pubblico. Emerge forte come oggi i cittadini inizino a pensare all'impegno politico, alla società civile e al capitale sociale in un modo differente rispetto al passato. Soprattutto perché molti cittadini del mondo occidentale attratti sempre più da un impegno politico meno burocratico e gerarchico, hanno preso le distanze dalla politica tradizionale mal percepita verso forme di impegno più flessibile e che permettono di unire la vita quotidiana alle cause private. Trovando stimolo in un'azione stimolata e creata dai cittadini che singolarmente si interessano a questioni ritenute importanti nei vari contesti, dando vita all'*azione collettiva individualizzata* (Micheletti, 2010) che prende forma nei differenti scenari spontanei. Rispecchiando i mutamenti della politica nella riflessiva globalizzazione. Cittadini-consumatori di un'azione collettiva individualizzata che si impegnano responsabilmente per perseguire il bene comune creando spazi concreti e quotidiani per discutere dei problemi o per valutare il livello di vita. Partecipando attraverso un'azione collettiva collettivista.

Azioni quella collettiva individualizzata come collettiva collettivista che sono strumenti di interpretazione, idealtipizzazioni. In cui i cittadini-consumatori vengono socializzati negli scenari organizzati per aderire e partecipare, assumendo responsabilmente scopi tesi al bene comune.

I consumatori-cittadini non cercano per la loro azione collettiva collettivista una sede politica o di essere rappresentati da leader politici, non necessitando di una struttura esterna che si prenda carico dei problemi, ma creano una propria sede politica, oramai sempre più virtuale, come assunzione di responsabilità. I cittadini non si affiliano dimostrando fedeltà a strutture rappresentanti dei loro interessi, usando le istituzioni. La società civile si dota soprattutto di Internet per acquisire informazioni/contenuti prodotti da queste fonti. Si esprime così una “nuova cittadinanza” che si veste di responsabilità nel suo ruolo di attivismo quotidiano sia a livello locale che globale per un’azione collettiva individualizzata. Un nuovo modo di fare politica e di partecipare alla democrazia attraverso la politica che emerge in luoghi differenti da quelli della politica tradizionale e che, come si è visto, Beck (2009) definisce di *subpolitica*. Ciò a dire una politica che prende forma dal basso. Principalmente per quella incapacità del governo di ascoltare e rispondere adeguatamente alle nuove incertezze e rischi creati dalle politiche pubbliche e dalle aziende. Per tal motivo singoli cittadini-consumatori si dotano di responsabilità nella vita quotidiana, oltre la sfera pubblica o l’aspetto meramente privato, per una *subpolitica attiva*. *Un’assunzione di responsabilità per il benessere di se stessi e degli altri attraverso strumenti che non sono solo quelli della politica tradizionale*. Una co-responsabilità di ogni singolo cittadino-consumatore che attraverso i social media mettono in connessione i propri vissuti quotidiani, creando relazioni per sollevare istanze per un benessere che non è più misurabile attraverso l’indicatore di soddisfazione del prodotto interno lordo, ma dal valore di bene comune, per una “felicità” che pone al centro il bene percepito dalla gente. Individui che producono dunque il proprio “valore cumulativo” elaborando individualmente la propria propensione e competenze nel consumo. In perenne e reticolare connessione con le industrie culturali, mettendo in gioco le competenze acquisite nei processi comunicativi e di socializzazione, nelle pratiche di consumo culturale. Nel nostro essere tutti dei “mutanti”, come scriveva Baudrillard, la concentrazione individualistica trova una dialettica nelle politiche di consumo che stringono alleanze nuove tra quelli che Edgar Morin definisce per l’appunto gli “oniricamente troppo ricchi” dai “materialmente troppo poveri” (Morin, 1962; 1975). Una spinta che attraverso il mondo multi-mediato, conduce verso i “bisogni degli altri” (Wolf, 1994). Soprattutto alla luce di una trasparenza che avviene non solo per la produzione e il consumo, ma anche per le disuguaglianze mondiali, lo sfruttamento del lavoro, la commercializzazione della vita e la distruzione dell’ambiente.

CAPITOLO SESTO

CULTURA PARTECIPATIVA: SENSO CIVICO MEDIATO

*“Se ci si rende conto di aver costruito la propria casa sulle sabbie mobili non basta rafforzare il suolo. bisogna spostarsi. Le nostre economie, costruite sul mito del Pil, stanno crollando di fronte alle crisi economica ed ambientale. Abbiamo bisogno di fondamenta più solide sulle quali costruire una vita migliore”.
(Financial Times, 18 settembre 2009)*

6.1 Cultura partecipativa e Politica nel web 2.0

I dibattiti sulla globalizzazione dei media si ramificano dunque in due sezioni: gli economisti tradizionali e i teorici liberali delle comunicazioni. Questi ultimi di fatto declamano il rapporto tra le nuove tecnologie e i mercati, sostenendo che la globalizzazione dei media promuove nuove opportunità di un'informazione condivisa. Costituendo una comunicazione senza confini ed un commercio globale, in cui si rende evidente che i media globali incoraggiano la diffusione di idee liberal-democratiche, dando pieni poteri ai cittadini del mondo nei confronti delle forme ingiuste di autorità locale, fornendo l'opportunità “all'intero mondo” di vedere ed essere testimone delle ingiustizie (Lievrouw, Livingstone, 2011).

❖ *Nel caso di Rai per una notte si legge tra i contenuti dei testimoni del sito “Viva Zapatero!” contro la censura del programma televisivo della seconda rete pubblica Rai, “Anno Zero”:*

«Visto che la Rai non ce lo fa vedere. Siamo qui per difendere un po' di libertà che è rimasta. Non siamo qui per ridere. Ho visto tanta di quella gente che ero tranquilla... Ho visto il popolo»

Non a caso uno dei magnati delle reti di comunicazione, Rupert Murdoch (1993), ha dichiarato che le trasmissioni via cavo e via satellite costituiscono un “fattore chiave per la libertà”, riconoscendo a questi mezzi di avere “liberato le persone dai baroni dei media, che una volta erano potentissimi”. Diversi sono i casi che hanno preso vita in rete e che costituiscono di fatto alcuni dei modi di pensare l'arena digitale sull'onda di una “cittadinanza culturale” e di una partecipazione politica dal basso, su base transazionale ed extraterritoriale. Riflesso di una contemporaneità “off line” in cui la novità non risiede più nell'appoggio politico a gruppi economicamente potenti, quanto alle dimensioni che tale fenomeno ha raggiunto, minacciando due delle tradizionali caratteristiche del sistema politico democratico: indebolimento del controllo che i partiti possono esercitare sui propri membri, minaccia alla responsabilità e lealtà assunta nei confronti degli elettori. Così che per alcuni questo finisce per danneggiare lo stesso sistema democratico. Ma un siffatto stato è dovuto essenzialmente da un lato alla perdita di consenso a causa del venir meno di obiettivi a volte contrastanti tra loro, dall'altro da un accentuato conflitto causato dai disparati interessi, in cui prendono forma mobilitazioni e attivismi guidati non

più e solo da *lobbies* economiche ma dal basso, a rimarcare quella “democrazia riflessiva” cara a Beck. Una partecipazione che trova nuove forme di espressione nello spazio on line frutto delle moderne tecnologie globali dell’informazione e della comunicazione. Il web permette di fatto di capire come accanto ad esponenti politici ed economici si affianchino anche soggetti, individualità, attori che si muovono collettivamente per il perseguimento di un comune interesse.

❖ *Per il 15 maggio 2011 sono i giovani spagnoli che hanno portato in piazza la propria rabbia contro la precarietà e la crisi economica. A Plaza de Catalunya a Barcellona come a Puerta del Sol a Madrid il clima è incandescente. La protesta nata su Democracia Real Ya (uno dei social network a cui sono seguiti semi profondi di indignazione sullo stato della società civile in Spagna) è stata raccontata ed organizzata anche su twitter. Le proteste si sono diffuse velocemente attraverso diversi hashtag, tra i primi #spanishrevolution che ha portato dopo alcune ore alla nascita di un nuovo hashtag #italianrevolution:*

«El movimiento de los indignados dio ayer un vuelco. Del discreto éxito de participación del lunes, martes y miércoles, al notable aumento de ayer.[...] "Queremos que plaza de Catalunya sea el centro de todas las protestas", explicó una representante de la comisión de expansión [...]» (Núria C., 27 anni).

❖ *Il collettivo Wu Ming mette a disposizione le pagine del proprio sito per la protesta romana, sulla scia di quella degli indignados spagnoli, per azioni nelle street simboliche il 15 ottobre 2011. Nelle pagine del blog sono raccolti diversi punti di vista:*

«Visto che abbiamo un blog molto visitato e seguito, e che nella giornata di oggi l’informazione e la controinformazione saranno faccende di vitale importanza e urgenza, mettiamo a disposizione questo spazio. Chi ha seguito le discussioni su Giap delle settimane scorse, sa che abbiamo forti perplessità su come è stata organizzata questa scadenza, ma oggi qualunque perplessità va messa in secondo piano: alla massima libertà di discussione devono seguire la massima unità nell’azione e la solidarietà a chi manifesta. Per cause di forza maggiore, purtroppo non siamo riusciti a scendere a Roma, dunque cerchiamo di renderci utili in altro modo, approntando e implementando strumenti per seguire l’evento. Ricordiamo a tutti che la “visione panoramica” di chi sta fuori è sovente utilissima a salvare [...] chi sta dentro».

Internet può essere pensata dunque negli assunti di potere¹⁷⁷ e cultura politica. Una mutevole “rete delle reti” riconosciuta come la moderna società, fusa con le tecnologie dell’informazione e della comunicazione (*Information community technologies* “ICTs”)¹⁷⁸. L’arena digitale 2.0 propone dunque nuovi “modi di agire” individuali e collettivi che compongono la struttura sociale delle aggregazioni nella Comunicazione mediata dal computer (CMC). Permettendo di capire i rapporti che si sviluppano nel cyberspace tra chi domina e chi è dominato, e in che modo (Poster, 1990). Si pensi, per esemplificare quanto detto, ai terroristi di Al Qaeda che sono riusciti, proprio con l’uso di Internet, ad organizzare il proprio attacco alle Torri Gemelle Usa l’11 settembre 2001 e il cresciuto interesse, in seguito al tragico avvenimento, della *Task Force* americana al fine di un serrato e maggiore controllo. Si riconosce pertanto un mutamento storico da quando, un tempo, esistevano principi, principati e principe che “operavano tra di loro in costellazioni triangolari di energia, forma, intelligenza, materia e volontà per de-codificare un emergente disordine della sovranità, della nazionalità e dell’economia all’interno della modernità” (Walker, 1993, pp 24-49). La trasformazione di miti giuridici, inoltre, attraverso meccanismi costituzionali e maltrattamenti violenti, hanno celato l’autorità regale in quel “noi” autoritario col quale sono state imposte le proprie condizioni e pratiche. Mentre oggi si rende evidente che il codice binario zero-uno ri-contestualizza i fondamenti politici nella dimensione della digitalizzazione.

La cultura politica che circola on line e le attività di sistema “si possono identificare con quelle dell’anima, e l’anima attiva assume forme digitali di esistenza direttamente dal sistema” (Rushkoff, 1994). Basti pensare in tal caso alla blogosfera o ai weblog che di fatto trattano una quantità mutevole e differente di argomenti, organizzati secondo una “nuova politica populista” (Hewitt, 2005). *Cioè una cultura pop (intesa come popolare) che dal basso spinge verso argomenti di un interesse ben più forti di quelli dettati dalle forme di governo.* Questo soffio indisciplinato di attori/cittadini-cosumatori è dovuto ai percorsi storici di Internet che, pur essendo una creazione degli Stati Uniti dopo la Guerra Fredda quando, come super potenza, reggeva l’ordine mondiale, è poi divenuto responsabilità di vari organi nazionali e internazionali, il cui merito

¹⁷⁷ Il “potere è il cuore della politica. Parsons nella pubblicazione del 1969, *Politics and the social structure*, vede nel potere “la capacità di una società di mobilitare le proprie risorse in vista di determinati obiettivi” ma anche “la capacità di prendere e far valere decisioni che sono vincolanti”. Così che per Parsons sembrerebbe che il potere è qualcosa di simile al denaro, intendendolo come una sorta di risorsa ma anche la capacità di un sistema di “far fare” le cose. Ancor prima, uno dei padri della sociologia, Max Weber, intende il potere (*macht*), come si può leggere nella pubblicazione *Wirtschaft und Gesellschaft* del 1922, come “qualsiasi possibilità di far valere entro una relazione sociale, anche di fronte ad una opposizione la propria volontà”. Così che se per Weber il potere può basarsi sull’uso della forza, sul possesso di una carica politica o anche l’autorità che ha un genitore sui figli., facendo riferimento ai rapporti fra due parti dove una di queste esercita un potere sull’altra, per Parsons il potere rappresenta la capacità di mobilitare risorse per raggiungere un obiettivo. Il potere è bene sottolineare, è comunque diverso dalla “forza” che rappresenta l’uso “della coercizione fisica” per imporre la propria volontà. Cfr. M. Weber, 1961, *Economia e società*, Comunità, Milano; T. Parsons, 1975, *Sistema politico e struttura sociale*, Giuffrè, Milano

¹⁷⁸ Cfr. L. Lievrouw, S. Livingstone, 2011, *Capire i New Media. Culture, comunicazione, innovazione tecnologica e istituzioni sociali*, Hoepli Editore, Roma

è aver saputo sfruttare le proprie capacità manageriali e di organizzazione¹⁷⁹. Ma proprio la responsabilità che si è andata via via definendo in seno ai nuovi membri del panorama globale, ha inizialmente respirato un vuoto nella definizione della gestione e di potere (Lieverouw, Livingstone, 2011) che si è mantenuto per un arco di tempo indefinito e che ha dato “legittimità a gruppi statali e politici, da Al Queda, All’Onu, Al Sierra Club (l’organizzazione americana per la salvaguardia della natura del 1982) nel re-immaginare la comunità umana” (Anderson, 1991; Bimber, 2003). Così che questa nuova immaginazione ha promosso ideologie e interessi tesi a quelle che Luke definisce “utopie neo-liberali e resistenze non-liberali” (1989). Nella rete persone di generi, classi, etnie, nazionalità e località differenti interagiscono insieme nello spazio virtuale attraverso *avatar*, intesi come interfacce operative, che riducono le identità di ciascuno in “stringhe di testo, sintetizzatori vocali o grafiche stilizzate” (de Kerckhove, 1998) e, una volta in rete, “ciascuno cerca di sfruttare il cyberspazio a “vantaggio di vari progetti off line” (Gibson, 1984).

In cui prende forma una cultura marginale, una controcultura sulla cultura dominante che lotta contro un totalitarismo scientifico e di mercato nel divario generazionale tra giovani che tentano di esprimere la loro dura vita, il controllo delle forze pubbliche e di mercato, e la gente che tenta di alzare nuove barriere nella dura lotta sociale. Totalitarismo di mercato che la rete virtuale ha contribuito ad aiutare nel controllo di utenti sempre più incapaci di accettare le logiche di un potere che inonda anche la sfera scientifica. Una rete fortemente democratica nella possibilità che offre ai propri abitanti di dialogo multietnico e multigenerazionale, divenendo una macchina culturale per cittadini che si esprimono attraverso l’atto della produzione/consumo di contenuto/narrazione. Rete che può essere letta come luogo individuabile in spazi reali, sottoposti a forme di controllo governativo vengono rimpiazzati da indirizzi cyberspaziali dove non sussiste una supervisione governativa (Grisham, 1999; Slouka, 1980) e dove poter esprimere un “nuovo potere produttivo” (Foucault, 1980; Lessig, 2000; Luke, 1997) in scala binaria di “zero-uno”. Come nel già citato caso di narrazioni on line che nel 2011 si sono alternate in seno a movimenti sociali spontanei e che hanno rovesciato il dittatore tunisino Ben Ali, dimostrando ancora una volta il potere della rete nell’era della comunicazione digitale. Un processo che in meno di un mese ha abbattuto un regime stabile e solido dal 1987. E’ l’indignazione dei cittadini-consumatori di contenuto che mettono in atto un’informazione che porta a manifestazioni che la polizia tenta di reprimere. Ma le immagini della repressione e i messaggi di protesta si diffondono con velocità sui social network, trovando coesione tra i tanti sostenitori del movimento. Principalmente quando i mezzi di comunicazione indipendenti – in questo caso Al Jazeera, la tv ufficiale locale, – informano e ritrasmettono le immagini e i messaggi pubblicati dai dimostranti su YouTube e su altri siti

¹⁷⁹ “Gran parte dell’architettura sottostante Internet è stata sviluppata sotto la supervisione, diretta o indiretta, del governo degli Stati Uniti d’America. Il governo non ha tuttavia stabilito se esso mantiene la responsabilità sulle funzioni di gestione di Internet, o se tali responsabilità siano state delegate al settore privato. Inoltre, non è ancora chiaro la misura in cui un qualsiasi ente possa rivendicare il diritto di rappresentare la ‘comunità’ di Internet”. Cfr. Lievrouw L., Livingstone S., 2011) *Capire i New Media. Culture, comunicazione, innovazione tecnologica e istituzioni sociali*, Hoepli Editore, Roma, p. 298

sociali. Man mano che si diffonde la protesta, si attivano gli sms, i messaggi su Twitter e su Facebook, fino a costruire un sistema di comunicazione e organizzazione *privo di centro e di leader* che funziona in modo molto efficace, travolgendo censura e repressione¹⁸⁰. La rete dunque fornisce alle forze sociali possibilità di azione e metodi alternativi per organizzare le proprie interazioni sociali, “istituzionalizzare i movimenti politici” (Anderson, 1996; Chayko, 2002; Hauben, 1997). Una rappresentazione delle *culture partecipative*, in cui assumono enfasi i modi in cui le persone agiscono sui contenuti mediali, gioco, performance, espressività e collaborazione (Jenkins, 2007). *Politiche partecipative* che sono ancorate a reti informali e non gerarchiche in cui si rifuggono gli intermediari tradizionali come le campagne politiche, i partiti e i gruppi di interesse (Zukin, 2006).

Reti che rappresentano “luoghi operativi il cui trasferimento, la vendita e l'utilizzo generano una nuova sfida per la *governance* su come creare, limitare, regolamentare gli spazi virtuali” (Castells, 2006). *Ove, di fatto, le norme culturali, i riti comuni come le alleanze strategiche sono a disposizione di chiunque voglia accederne* (Everard, 2000). Per Hauben (1997) il cyberspazio, dove accanto alle pratiche di un “attivismo *hacker*” si producono quelle di “cittadinanza della rete”, sarà contestato per i suoi effetti operativi che potranno essere vissuti ovunque e in nessun luogo. Per intendersi su questo ultimo punto si rimanda a quanto riportato da Lievrouw e Livingstone (2011) sugli studi condotti negli anni Novanta sui domini dei messaggi Usenet¹⁸¹ riconosciuti per la maggioranza di provenienza statunitense accanto cui comparivano altri “*anonymous*” di provenienza non localizzata geograficamente.

Internet, a differenza di radio, televisione e telefono cellulare, che sono strumenti personali, è caratterizzata da complesse relazioni sociali nel gruppo di pari ma anche fra le generazioni. La stessa socialità fra gli internauti è dotata di un'alta complessità, che si esprime nel fatto che l'individuo può comunicare anonimamente, nascondendosi dietro uno pseudonimo, avendo contemporaneamente diversi pseudonimi e dunque differenti personalità. Una condizione che non è necessariamente crisi d'identità ma coesistenza di identità diverse come condizione dell'età postmoderna (Turkle, 1996)¹⁸². Essere in rete per sentirsi vicini a chi si riconosce nelle stesse crisi valoriali. Una nuova sfida giocata contro la *governance* che pone, come sosteneva Foucault,

¹⁸⁰ E' qui riportato uno stralcio dell'articolo di Castells, ancora sull'*Internazionale*, dal titolo “I gelsomini tunisini viaggiano in rete”, del 4 febbraio 2011. Cfr. <http://www.internazionale.it/i-gelsomini-tunisini-viaggiano-in-rete/>

¹⁸¹ Usenet è una rete mondiale formata da migliaia di server tra loro interconnessi ognuno dei quali raccoglie gli articoli (news, messaggi o post) che le persone aventi accesso a quel certo *server* si inviano, in un archivio pubblico e consultabile da tutti gli abbonati, organizzato in gerarchie tematiche e newsgroup flussi di articoli sullo stesso tema (*topic* o *thread*). Attraverso dei meccanismi di replica asincroni i server si scambiano gli articoli dei loro abbonati e fanno in modo che, dove non esistono, vengano anche costruite le stesse gerarchie tematiche e gli stessi thread che li contengono. Questo fa sì che grossomodo tutti i *server* abbiano quasi simultaneamente gli stessi contenuti e che le persone possano comunicare fra loro oltre il confine del server al quale sono abbonati, anche con persone di tutto il Mondo. Cfr. <http://it.wikipedia.org/wiki/Usenet>

¹⁸² Per Velolovska (2002) le relazioni che nascono via chat sono costituite da una tensione fra l'intimità e l'anonimato.

confronti a modelli di comportamento e organizzazione per sistemare cose e persone. *La sfera pubblica come rappresentazione mediale* garantisce invece una trasparenza nelle relazioni ai temi della società, costruendo le basi per un sapere diffuso cui si associa la non trasparenza rispetto a chi reagisce ed alle forme in cui lo fa.

Proprio queste pratiche che regolano l'attività del governare, sono sempre al centro di battaglie politiche, una tendenza registrata anche da Beck per le interazioni on line delle disparate popolazioni che vivono in economie altamente organizzate, dove i governi statali di oggi sono costretti a ridefinire continuamente quello che può/o/non può rientrare nella propria competenza amministrativa durante tutto il processo informazionale (1997; Luke, 1994). La cultura della società in rete si lega a istituzioni, imprese e organizzazioni che creano i nuovi media digitali e che poi "sfruttano le loro capacità per ridefinire e soddisfare i bisogni umani" (Trippi, 2004; Trumbull, 2004). Internet costituisce il centro della vita quotidiana, un ambiente che non è "separato" ma che "gli individui possono scegliere o non scegliere di utilizzare [mentre] i governi lavorano per organizzare le società, le città per organizzare le attività quotidiane degli individui, le reti diventeranno sempre più lo strumento principale per organizzare le informazioni" (Martin, 1997, p. 207). Così che per alcuni critici il non andare on line equivale ad essere "antiquati, anacronistici e anti-progressisti" (Tapscott, 1997). Mentre la *I-Generation*, "la nuova generazione nata sotto il vessillo dell'interattività e cresciuta creando connessioni", rappresenta i "consumatori dell'era digitale" (Martin, 1997, p. 207), una prima ondata di massa critica va definendosi. Una massa critica, consumatori critici, che in Italia si sono resi visibili in più occasioni come nel caso delle narrazioni che hanno preso vita in merito al referendum 2011 sulla privatizzazione dell'acqua o nel caso degli indignati italiani che si sono uniti a quelli spagnoli, sino al più recente *Occupy Wall Street* intorno a cui molti cittadini-consumatori si sono stretti per elevare la propria insoddisfazione verso un capitalismo che vede simbolicamente in Wall Street il suo massimo potere, che ha destinato una concentrazione economico/finanziaria nelle mani di pochi, l'1% di tutta la popolazione. Una visibilità "connessa" di quella che è l'azione comunicativa del singolo, cui si fa strada una visibilità "aggregata" della comunicazione per cui si mutua il rapporto tra comunicazione interpersonale e di massa. Per cui si diventa visibili anche attraverso il sistema dei media.

Si legge dal sito di *OccupyWallStreet*

(Postato Oct. 16, 2011, 1:08 a.m. EST by OccupyWallSt)

[...] «Protests filled streets of financial districts from Berlin, to Athens, Auckland to Mumbai, Tokyo to Seoul. In the UK over 3,000 people attempted to occupy the London Stock Exchange. "The financial system benefits a handful of banks at the expense of everyday people," said Spyro Van Leemmen, a 27-year old public relations agent in London and a core member of the demonstrators. "The same people who are responsible for the recession are getting away with massive bonuses. This is fundamentally unfair and undemocratic» [...] From Tahrir Square to Times Square: Protests Erupt in Over 1.500 Cities Worldwide.

L'arena digitale diviene uno spazio transnazionale in cui sorge un nuovo senso di cultura politica che trova una propria forma con il cadere delle grandi narrazioni che avevano costituito la modernità, a favore di "metanarrazioni" o favole della ragione e della libertà che vedono la scienza e la tecnologia portare a un graduale progresso gli individui e la società (Lyotard, 1981). Una nuova forma di governo che per Harvey ha iniziato con la disintegrazione del regime fordista della produzione industriale, e che per Lyotard (1981) è traducibile "performatività", nel senso di un miglior rapporto tra *input* e *output*. Società mediatiche in cui si sono sviluppate strutture che hanno permesso una grande flessibilità nella ricerca di contenuti attraverso la formazione di "*joint ventures*", frutto di accordi di produzione e fusioni trasversali che hanno permesso sinergie tra le merci audio visive tenute da diverse figure delle società (Doyle, 2003): l'audience e la *politica pubblica*. Rimane il fatto che "i media globali influenzano, ma non possono controllare i significati locali" di conseguenza "la struttura globale non dovrebbe essere concepita come un processo di semplice omogeneizzazione" ma "le culture locali tendono ovunque a riprodurre loro stesse [...] attraverso l'appropriazione dei flussi globali di forme e tecnologie dei mass media" (Ang, 1996, p.153). A giocare un ruolo di rilievo è la "riterritorializzazione" ora possibile attraverso i nuovi media come Internet e l'uso creativo che si fa di esso. Tanto che se nel ventesimo secolo è stata la migrazione di massa delle persone una delle fondamentali caratteristiche, le neo costituite comunità di profughi hanno cercato di rimanere connesse con le culture di origine, rimanendo costantemente collegati attraverso i media ed i sistemi di comunicazione (Lievrouw, Livingstone, 2011). Internet dunque non è da ritenersi una tecnologia globale "imposta" e che "danneggia" le tradizionali culture locali, piuttosto offre nuove possibilità tecnologiche colte in modi differenti a "favore di un progetto globale di identità" (Miller, Slater, 2000). Inoltre i media nazionali e le politiche delle comunicazione possono porre dei limiti all'impatto della globalizzazione dei media sulle culture nazionali attraverso la *politica pubblica* nel ruolo tra i flussi globali e l'impatto sugli Stati-nazione¹⁸³.

La capacità dei nuovi media di supportare la raccolta, l'uso e l'archiviazione di grandi quantità di informazioni personali da parte delle aziende e dei governi ha fornito sostegno ai dibattiti sulla necessità di costruire meccanismi a protezione della *privacy* degli individui quando usano Internet e le altre tecnologie (Garfinkel, 2000; Whitacker, 1999). Tanto che i concetti tradizionali di *privacy* sono stati ridimensionati dallo sviluppo e applicazione di nuove tecnologie legate alla raccolta e al monitoraggio di informazioni personali da parte di gruppi d'interessi commerciali e dei governi. Internet e i media interattivi offrono la possibilità ad aziende e governi di tracciare e monitorare il comportamento individuale secondo modalità un tempo impossibili attraverso *data base*, tecniche di ricerca dei dati e il monitoraggio delle e-mail. Inoltre uno dei modi in cui la globalizzazione dei media ha influenzato le politiche

¹⁸³ Schleisinger avverte che i media nazionali e le politiche culturali sarebbero degli "esercizi all'interno di una manutenzione dei confini comunicativi" all'esterno dei quali emergono culture mediatiche nazionali differenti, in particolare la configurazione dei contenuti e degli stili dei media locali e di quelli importati (1994, p. 162).

mediatiche nazionali viene posto sullo stesso piano del discorso politico dominante. La “comunicazione di sviluppo” (Lievrouw, Livingstone, 2011) è stata divulgata come mezzo dei governi nelle economie emergenti e nelle società post coloniali per determinare tecnologie mediatiche e quali approcci usare per il miglioramento delle condizioni di vita dei cittadini. In tal caso virtuosi sono i governi che hanno introdotto politiche che limitino il controllo straniero sulle industrie locali. In tale panorama il concetto di cittadinanza, inteso come uguaglianza e costruzione nazionale, assume oggi significato di interesse individuale all’interno di un ambiente mediatico. Ambiente di comunicazione privatizzato, liberalizzato ma anche controllato dal mercato in cui poter riflettere, attraverso l’applicazione del discorso, sulla “sovranità del consumatore” (Goldin e Murdock, 1989; Mosco, 1998). Internet è una piattaforma funzionale per discorsi politici affrontati da una intelligenza collettiva, a cui attribuire importanza in base ai dati auto-emersi e ripetibili da esperienze di pubblico dominio, un impegno politico su piccola scala che prende forma attraverso le espressioni di consumerismo che trovano pratica nelle differenti e mutevoli applicazioni arricchite da utilizzatori politici con esperienza. Azioni che in rete prendono le forme delle tradizionali discussioni politiche al fine di rinnovare il dibattito di macro temi di interesse generale quali l’ambiente, la salute, la giustizia, il lavoro. Innovazioni comunicative e d’informazione che seguono la logica *peer to peer* (paritaria) e che si collocano all’interno di strategie e codici ben precisi, che sfuggono oggi le regole un tempo definite dall’alto e che invece si strutturano su un confronto di idee, contenuti e nuovi prodotti comunicativi fondati sulla collaborazione, co-costruzione e scambio d’informazione. *De facto*, le possibilità della Rete, di dar voce a individualità differenti, permette di osservare come non esiste un “pensiero unico” a cui riferirsi come pratica di “cittadinanza alternativa”¹⁸⁴.

6.2 Attivismo transnazionale: il consumerismo politico

Mai dubitare che un piccolo gruppo di cittadini consapevoli e attenti possa cambiare il Mondo: è sempre stato l’unico modo per farlo.
(Margaret Meopl, *antropologa*)

La sovranità del consumatore che si riconosce nella sua funzione critica di scelta, definendo quel consumo critico frutto di scelte compiute dagli individui e

¹⁸⁴ Ragionare in termini di cittadinanza (nel senso di essere cittadino), muovendo un passo indietro rispetto alla “cittadinanza alternativa”, porta con sé sia diritti ma anche responsabilità. Di fatto la “cittadinanza attiva” si muove verso il concetto di un miglioramento della comunità da parte dei cittadini, attraverso la partecipazione economica, politica ma anche di volontariato al fine di un miglioramento della vita di ciascun individuo/cittadino. Virginia Leary sostiene che “Dal tempo della civiltà greco-romana, il concetto di cittadinanza ha definito i diritti e i doveri nel mondo occidentale (...) Così che il concetto di cittadinanza è da tempo acquisito come un insieme di diritti, in primo luogo, di partecipazione politica alla vita della comunità, al diritto di voto e al diritto a ricevere protezioni determinate dalla comunità, come rispondere agli obblighi”. Cfr. Leary V., 2000, *Cittadinanza. Diritti umani e diversità*, in Cairns A. C., Courtney J. C., MacKinnon P., Michelmann H. J., Smith D. E., *cittadinanza, la diversità e il pluralismo: prospettive comparate e canadesi*, McGill-Queen’s Press.

da gruppi di individui nel corso delle proprie abitudini quotidiane. *Attraverso un'assunzione di responsabilità da parte dei cittadini che nella circolarità di intenti e connessioni dà forma ad una co-responsabilità di tutti gli attori intervenienti.* Ruolo importante nella costruzione della comunità politica nel mettere in relazione la politica pubblica con le vite private. Si gioca percorrendo la strada della circolarità di produzione e distribuzione, in una logica circolare che coinvolge l'utente, a cui spetta un ruolo di propulsione/propagazione (Crouzet, 2012). In cui l'atto etico diviene un atto individuale che più in generale è parte della coscienza di un'unione partecipante di cittadini che divengono dunque attori/agenti per la difesa dei diritti e come promotori di giustizia in scenari differenti come il mercato. "I consumatori critici possono essere intesi come il materiale morale di nuove modalità di vita privata e pubblica" (Beck, p.92). Il consumo critico rappresenta la nuova tendenza di impegno politico. In una divisione di responsabilità tra sfere, attori ed istituzioni. *Una partecipazione per cui consumatori critici rivestono individualmente e collettivamente un ruolo centrale nel dibattito sulla responsabilità per la responsabilità* (Micheletti, 2010, p. 60). Pertanto il consumo critico possiede il potenziale per rinnovare la democrazia attraverso il desiderio di applicare i pieni diritti civili a tutte le persone esistenti come alle generazioni future, luogo di azione politica per i cittadini che esprimono interesse all'orientamento pubblico. Cittadini-consumatori che attraverso le proprie scelte e azioni virtuose decidono di impegnarsi politicamente per aiutare a risolvere problemi che li coinvolgono o interessano tutti. Decidendo di agire urgentemente per cambiare la situazione, utilizzando le nuove arene digitali di relazione. Mettendosi in connessione con una moltitudine di altri, creando conoscenza, investendo tempo per dare voce politica a sofferenze verso le quali sentono l'incapacità di istituzioni governative e non governative a dettare effettive soluzioni. Soggetti che attraverso i social media si uniscono, come nei casi presi in esame, per esprimere il proprio orientamento privato o pubblico su programmi di azione comune. Il consumatore critico di informazioni/contenuti che nella rete virtuale dà forma ad un ipertesto di narrazioni e contronarrazioni on line, luogo virtuale in cui le persone si uniscono per esercitare un'attività civica virtuosa anche nell'off line, nella vita quotidiana. Lì dove non esiste una separazione tra le due dimensioni, on e off line, ma le due si compenetrano e influenzano vicendevolmente (Wellmann, 1999). Riconoscendo che le città, un tempo associate all'idea di cittadinanza, oggi si disgregano nell'idea di luogo di scambio e di cultura convergente (Jenkins, 2007). Cultura convergente declinata sotto tre analisi concettuali: *convergenza dei media*, *cultura partecipativa* e *intelligenza collettiva*. La convergenza dei media è segnata dal percorso del flusso di contenuti attraverso cui differenti piattaforme sono modellate nel desiderio di espansione degli imperi mediali e dal desiderio dei consumatori di avere i media dove vogliono e come vogliono. Rendendosi evidente la necessità di non orientarsi più nella tradizionale separazione tra produttori e consumatori, la convergenza non arriva da particolari tecnologie, ma prende forma nella mente dei consumatori, in una nuova cultura partecipativa. Un'intelligenza collettiva per cui il consumo è diventato un processo collettivo in cui ognuno di noi è chiamato a contribuire alla conversazione globale accelerando così la circolarità dei contenuti mediali.

Consumatori di rete e fuori dalla rete mettono pertanto in atto delle scelte critiche rinnovando la democrazia nel desiderio di applicare i pieni diritti civili non solo agli individui dell'oggi ma anche alle generazioni future. Il consumo diviene così luogo di azione politica per tutti i cittadini che esprimono il proprio interesse pubblico. Individui virtuosi che nell'empatia con l'altro anche differente, possono decidere di impegnarsi per risolvere i problemi attraverso la narrazione costituendosi in una comunità politica di idee, arene di azione e gruppi di partecipazione attraverso un orientamento pubblico. Ma anche attraverso un orientamento privato. Esempio in tal senso è il progetto "Agenda digitale" del comune di Bologna che con Iperbole2020 persegue l'obiettivo di rendere la città emiliana più intelligente, inclusiva e aperta (*smart*), gettando le basi per uno sviluppo sostenibile su base ICT. Una rete civica, ecosistema intelligente, multicanale e partecipata il cui accesso alla rete in generale possa essere inclusiva ed *e-inclusiv*, capace di dettare nuovi diritti digitali attraverso piattaforme per lo sviluppo dell'innovazione e strumento di *e-governance* della/nella città, aperta al contributo dei cittadini (*civic commons*). Un piano strategico i cui obiettivi saranno scritti e condivisi in rete attraverso *stakeholder* multipli¹⁸⁵.

In un mercato globale che è divenuto un'arena di lotta politica. Dove anche le organizzazioni umanitarie stanno volgendo attenzione al mercato globale come arena di rilievo ove promuovere le proprie cause. Cittadini di differenti Paesi partecipano in sempre più grande numero alle attività di mercato per promuovere consumo sostenibile globale. Il consumo critico può manifestarsi in differenti forme oltre le campagne d'informazione attivate su Internet, ci sono contatti con le aziende e coinvolgimento in reti transnazionali. Tra i temi (oltre ecologia, commercio alternativo) vi sono i diritti umani. Il consumo occupa una parte ampia della nostra vita assumendo anche un significato, come più volte ripetuto, politico, economico, sociale. Principalmente i cittadini stanno chiedendo di avere diritti nel mercato (Hirshman, 2000). A questo aspetto si somma il processo di globalizzazione che ha permesso una messa in relazione della vita dei cittadini in modo nuovo in diverse parti del mondo. Dal punto di vista delle *commodity* la catena distributiva si è resa più lunga e meno trasparente creando le insorgenze di quanti sentono la necessità di narrare tale stato di cose e di prendere posizioni in merito. Un'individualità di ciascun attore espressa attraverso le azioni di consumerismo. Una politica dello stile di vita nel desiderio di armonizzare politica e vita privata. Come cittadino, ogni individuo può votare per il partito o un candidato che prometta di regolare il mercato, come consumatori ogni individuo può indirizzare attraverso le proprie scelte i mercati. Nella fusione dei ruoli, cittadini-consumatori, agiscono in modo indiretto attraverso strumenti importanti ai fini informativi e scelte di consumo in senso ampio, che generano nuove assunzioni di responsabilità, regolando il senso di una struttura istituzionale tendenzialmente immatura e una necessità crescente di creare legittimità pubblica. Per tal motivo i cittadini-consumatori tentano di dar voce ad una vecchia forma orientata alla produzione: la politica. Attraverso la

¹⁸⁵ Cfr. <http://www.portaleservizi.comune.bologna.it> (rete civica di Bologna – il sito di Iperbole 2020). In cui poter lasciare un'idea, un progetto, un consiglio, una proposta. Narrazioni della città che vengono elaborate anche dal contributo dei blogger della città di Bologna che la vivono.

politica infondo si possono regolare non solo la produzione alla standardizzazione volontaria di autoregolazione sostenibile di beni o servizi ma anche le condizioni di lavoro ed i salari secondo scelte che non rischino di depauperare le risorse sempre minori della terra. L'unico ambiente conosciuto capace ad oggi di ospitare gli esseri umani.

Le scelte di consumo hanno visto il manifestarsi di attività di boicottaggio che dipendono dall'attenzione che i media riservano alla causa e alla minaccia (Friedman, 1999). Le forme di boicottaggio odierne si rivolgono a differenti tipi di problemi attraverso strategie e tattiche inedite, divenendo istituzionalizzato e globalizzato, mentre un crescente numero di individui aderisce alle azioni di boicottaggio con motivazioni altruistiche. Tattiche e strategie usate principalmente per contrastare e protestare per il coinvolgimento delle aziende e delle grandi industrie, della finanza, contro la violazione dei diritti umani, la discriminazione dei gruppi di minoranza, delle popolazioni indigene e delle donne, contro la distruzione ambientale, per i diritti degli animali e contro le pratiche commerciali inique nei Paesi in via di sviluppo (Micheletti, 2010, p. 121). Si mette così in luce il ruolo preponderante della tradizionale virtù pubblica del consumo critico, un'azione civile dei consumatori come "potere prestato ai consumatori" nel senso "dell'azione collettiva e internazionale in generale, che comprende attraverso il consumo, sia i produttori e i lavoratori più poveri sia le comunità più agiate che possono influenzare la produzione e il commercio in virtù del loro ampio potere di acquisto" (Zadek, 1998, p. 7). Cittadini-consumatori che acquistano così un ruolo attivo. Azioni di boicottaggio che raggiungono l'obiettivo per l'attenzione che i media rivolgono loro con un maggiore impatto sul mercato per il valore più vulnerabile delle aziende che vi operano anche per essere più trasparenti per via dei media, diretti alle *commodity* come alle istituzioni. Ad esempio Israele è soggetta a boicottaggi per investimenti responsabilmente negativi. Gli organizzatori del boicottaggio devono convincere sia i sostenitori ma anche i potenziali avversari.

I social media divengono luogo di boicottaggi efficaci e riusciti, gestendo i rischi nella società, per cui gli strumenti di comunicazione permettono maggiore trasparenza, divenendo strumento di controllo riflessivo della società, dando luogo sia da parte dei cittadini-consumatori, che dei produttori, a stili di vita sostenibili. Simboleggiando un orientamento di *governance* per una cittadinanza attiva e responsabile. Le istituzioni del consumo critico trovano ispirazione nella società civile e dalla coscienza dei consumatori. La versione odierna di siffatto consumo ha un orientamento globale e si concentra su problematiche non più e solo materialistiche della modernizzazione. Rappresentando una virtù pubblica oltre che privata. Il movimento contemporaneo diviene più istituzionalizzato, con un coinvolgimento alto di quel "ceto medio" che li incoraggia a prendere in considerazione le virtù politiche e i valori quando vengono usate delle risorse economiche. Ciò perché il potere economico del ceto medio è cresciuto tanto in molti Paesi. Inoltre tra gli obiettivi del consumo critico vi è quello di integrare e inglobare idee, prodotti e sistemi della vita politica, economia e sociale a livello locale, nazionale e globale, trovando legittimità nel consumo critico come strumento di sviluppo sostenibile.

Nella responsabilità di ogni cittadino nello sviluppo di buone abitudini di consumo. Una virtù che agisce con un proprio ruolo nella politica, nella comunità di pari ed in quella privata (Aspers, Uddhammar, 2007). Le virtù infondo costituiscono il sostrato di ciò che ci permette di destreggiarsi tra ciò che è bene e ciò che è male, tra un giusto ed uno sbagliato, su quello che siamo e chi sono gli altri. Agevolando una condivisione di responsabilità del tutto nuova, una condivisione, corresponsabilità tra la sfera politica, economica e privata. *Stato, mercato e società civile insieme*. Mutamenti nel panorama politico, come si è visto, legati alla *governance*, alla globalizzazione, all'individualizzazione ed alla riflessività. Confine che distingue dunque la politica, l'economia e la vita privata, che è attraversato dal nostro vivere quotidiano. Le virtù agevolano la comprensione della vita quotidiana per l'esistenza di altre persone, permettendo anche di comprendere l'importanza dell'esistenza quotidiana. Boicottaggio o consumo critico positivo sono forme che permettono di portare il consumo critico nel mercato e nelle scelte quotidiane di consumo. "Un numero crescente di consumatori acquista con le virtù e per le virtù" (Micheletti, 2010, p. 205). Il consumo critico non sempre è un fenomeno virtuoso come nel caso del boicottaggio a cui si è assistito negli anni Trenta contro gli Ebrei. Aspetto interessante del consumo critico è la richiesta di normative che possano essere integrate alle transizioni di mercato. Coraggio, rettitudine, sono alcune delle virtù classiche che Tocqueville avrebbe definito le virtù necessarie per il giusto interesse personale. *Un'individualizzazione, in cui i cittadini-consumatori integrano le preoccupazioni personali a quelle pubbliche e della società, non rinunciando totalmente agli interessi personali*. Inoltre importante virtù diviene l'empatia (nel mettersi nei panni) con altre persone e verso se stessi. All'empatia segue la giustizia sociale e la solidarietà come fondamento di virtù pubblica e l'onestà come verità detta dalle persone, non nascondendo ad altri azioni e sentimenti, soprattutto se produttori. In quest'ultimo caso si parla principalmente di trasparenza. La saggezza poi, una sorta di meta-virtù, è essenziale se intesa come conoscenza o comprensione illuminata: un consumatore critico ha necessità di conoscere prima di agire. La conoscenza diviene fondamentale per la comprensione di codici di condotta vantaggiosi per la democrazia e le preoccupazioni (Micheletti, 2010, p. 209), fondamentale nella comprensione di campagne di adesione. Un fondamento morale che incontri l'approvazione dei portatori di interessi (*stakeholder* ancora una volta multipli).

Il consumo critico sta diventando un modo di fare politica nel mondo globalizzato, post moderno, orientato alla governance e individualizzato (Micheletti, 2010, p. 209). Le virtù sono importanti nell'equilibrio tra vita politica, economica e privato. Il consumo critico diviene un ponte tra i gruppi della società, creando legami stretti con le persone che condividono gli stessi valori. Un capitale sociale che crea fiducia, per cui le persone sono coinvolte nel formare nuove coalizioni, per nuove linee guida. *I cittadini sono coinvolti per un interesse personale quotidiano (virtù privata) o per la preoccupazione di un benessere comune per via del consumo quotidiano (virtù pubblica).* Virtù pubblica/privata che dà vita ad un'azione collettiva. Come nel caso del referendum sull'acqua, per cui virtù pubbliche di attori della politica si incontrano

con le virtù private dei diritti dei singoli cittadini che si sono unite stabilendo un legame di fiducia, per cui cittadini e istituzioni di opposizione hanno creato un ponte esprimendo la propria scelta nell'atto di voto. Una coalizione che rafforza la legittimità dell'affidabilità. Le reti e i movimenti di consumo critico stimolano ad un impegno attivo da parte dei cittadini-consumatori. Le persone soddisfano la propria necessità di impegno sociale e politico. Importante diviene il capitale sociale, in grado di migliorare l'efficienza della società aiutando le azioni coordinate. Un capitale sociale che spesso si costituisce all'interno dei gruppi per la collaborazione dei cittadini per un impegno politico, nella società e nella politica. *Il capitale sociale diviene importante per lo sviluppo democratico e sostenibile* (Edwards, Foley, 1997). Il consumo critico lega i singoli cittadini e gli attori in reti e istituzioni di nuova creazione affinché perseguano gli interessi personali e pubblici (Micheletti, 2010, p. 213). Le persone si sono unite per via di preoccupazioni sociali e familiari. Preoccupazioni per beni di consumo che hanno motivato le persone a unirsi anche su Internet. Creando legami con altre persone scoprendo che le loro preoccupazioni personali sono condivise dagli altri. Rafforzando legami con gruppi che altrimenti potrebbero essere in conflitto tra di loro. Per alcuni, poi, il consumo critico incoraggia la fuga del governo dalla politica (comportamento proattivo su decisioni difficili) e stimola i cittadini a uscire dalle sedi politiche consolidate. La criticità maggiore riguardano la responsabilità lì dove i meccanismi di tale consumo non sono ritenuti sufficienti per essere considerata una nuova forma di regolamentazione. Inoltre alcuni ritengono inefficace nel regolare il mercato e risolvere e/o gestire lo sviluppo sostenibile. Di certo però assistiamo ad un grande cambiamento proveniente da una globalizzazione dal basso per fornire al mercato una cornice globale sostenibile. In cui diviene evidente una minore azione dello Stato (a differenza di quanto teorizzato da Adam Smith e Karl Polanyi). Artefici del cambiamento sono le persone a livello individuale e collettivo. Annullando ogni separazione tra cittadino (nel suo ruolo pubblico) e il consumatore (nel suo ruolo privato), oggi i cittadini-consumatori, nella loro riflessività (intendendo con ciò l'assunzione individualizzata di responsabilità e l'impegno subpolitico del rischio postmoderno), stanno "scoprendo un modo per amalgamare creativamente consuetudini, esperienze di vita e significati che in precedenza erano separati, attraverso le istituzioni politiche, economiche e culturali" (Kennedy, 1996, p. 227). Un'unione tra la sfera politica ed economica che è resa possibile dalla globalizzazione dal basso, un civismo riflessivo e individualizzato, responsabile. Un investimento socialmente responsabile per cui attori differenti del mondo si uniscono ad altri cittadini-consumatori-etici. Le scelte dei cittadini-consumatori riflettono a livello pubblico le proprie scelte di consumo. Mentre imprese socialmente responsabili e governo privato, attori politici, devono seguire i principi morali e pubblici attraverso non solo parole ma anche azioni, per cercare un modo migliore per vivere meglio il pianeta.

6.3 Partecipazione politica dai social media

L'attenzione per preservare le scarse risorse dell'ambiente, le sempre crescenti diseguaglianze, un lavoro sempre più precario, un'esistenza senza sicurezze, l'erosione delle tutele dello Stato sociale non in grado di garantire la sussistenza ha allontanato dalla politica, principalmente dalle istituzioni, dai partiti politici, dai sindacati e dalle organizzazioni, soprattutto le fasce più giovani che percepiscono l'incapacità di queste allo svolgimento di funzioni di concilio tra cittadini ed istituzioni, per un'organizzazione collettiva e di costruzione dell'identità politica. Si rende visibile un duplice processo che come si è visto Touraine definisce di deistituzionalizzazione e desocializzazione (1998), capace di ridefinire le forme del legame sociale e politico. La socializzazione alla politica avviene in contesti di disillusione ed erosione delle forme di legittimità che provocano un allontanamento dalla dimensione pubblica, da quando sistemi di educazione neoliberisti hanno offerto sempre più competenze tecniche e minori conoscenze critiche. I progetti nella costruzione di identità a corto raggio, instabili e dipendenti dal mercato, hanno reso il cittadino un consumatore per via della "corrosione del carattere" causata dalla precarizzazione del mondo del lavoro (Sennet, 2000), per una diminuzione delle opportunità che danno via ad azioni collettive. Una risposta proattiva dei cittadini-consumatori "all'eclissi della politica" (Ricolfi, 2002). Cittadini-consumatori che sviluppano una sensibilità ai valori innovativi che non riescono a soddisfarsi nelle espressioni delle istituzioni politiche e sociali tradizionali, tentando la strada di nuovi canali. Suggerendo un'immagine nuova, non più focalizzata sui "cittadini disaffezionati" ma poggiante sul paradigma dello "sfasamento culturale" (Loader, 2007, pp. 3-19): *i cittadini-consumatori si spostano verso spazi e network informali e non gerarchici*. Spazi di una nuova socializzazione politica. In più avvertono Coleman e Rowe, non sono i giovani ad essere disconnessi dalla politica ma le istituzioni democratiche sono lontane dai giovani (2005, p. 2).

Non una cultura lontana dalla civica ma una controcultura che prende forma contro la cultura dominante per cui la partecipazione avviene nelle forme ed *issues* più congeniali anche ai giovani (Moran, Benedicto, 2001; Livingstone, Couldry, Markhan, 2007). Questi ultimi possono a loro volta essere giovani "centrali" o come li definisce Bennett "impegnati" (2008) e giovani "disimpegnati" (Bennett, 2008) o "marginali" (Bettin Lattes, 2007). In quest'ultimo caso i cittadini-consumatori, principalmente giovani, subiscono il mutamento sociale della rottura dei legami sociali e politici attivando risorse per una relazione riflessiva con la politica. Lì dove il mercato manifesta insufficienti risorse per garantire uguali possibilità di vita agli individui, al di là del capitale culturale. Inoltre la sottomissione della politica alle logiche di mercato ha dato vita a emergenti forme politiche riflessive dello stile di vita ed a dinamiche emergenti del sistema politico (Beck, 2000; Miles, 2000; Moran, Benedicto, 2002; Alteri, Raffini, 2007a). Le pratiche di consumerismo politico si sostituiscono a forme di partecipazione tradizionali (Bettin Lattes, 1999; Lagrèe, 2001; de Luca, 2007; Gelli Mannarini, 2007; Norris, 2002; O'Neil, 2007; Siurala, 2000; Stanyer, 2005). La partecipazione devia in quella delle forme e dei contenuti che trova

espressione nelle forme di *e-partecipation* (Shane, 2004; Dahlgren, 2007). Dando avvio ad una partecipazione in armonia con la politica riflessiva, reticolare e individualizzata (Häyhtiö, Rinne, 2007). Le nuove tecnologie dell'informazione e della comunicazione si rendono rilevanti nel riconfigurare le forme di politica della *network society*. C'è da dire però che la rete, per la società dell'informazione, costituisce non solo un ambiente di interazione sociale e di mobilitazione politica, ma può divenire anche un terreno specifico di nuovi conflitti (Castells, 2002b).

La democrazia diviene di qualità quando sussiste una cittadinanza informata, critica, in grado di esprimere opinioni consapevoli (Segatti, 2004). Nonostante l'aumento dell'istruzione ed una socializzazione che si costituisce attraverso massicci flussi di informazione, principalmente per le fasce più giovani, che potrebbero far presagire un maggior coinvolgimento "astratto e psicologico" per la politica attraverso risorse sufficienti per la mobilitazione, ricerche empiriche attuali mettono in luce come le relazioni con la politica in Europa si fondino su un basso interesse (Bontempi, Pocaterra, 2007). Cittadini-consumatori, giovani, che attribuiscono alla politica un significato nuovo, per cui la mobilitazione cognitiva avviene non più nelle forme tradizionali di mobilitazioni politica ma attraverso forme di coinvolgimento innovative che non possono essere definite come interesse per la politica (Cavalli, de Lillo, 1988, p. 91). Nella "sindrome del cittadino critico" (Norris, 1999), si sviluppano, anche da parte delle fasce più giovani, atteggiamenti riflessivi e critici nei confronti delle autorità (Inglehart, 1998). *Come già detto, la politica però non scompare ma si privatizza, individualizza, frammenta e si compone in una pluralità di relazioni sociali andando oltre le limitazioni imposte dal sistema politico tradizionale.* Principalmente per le accresciute possibilità di espressione sociale e politiche (van Deth, 2001). *La partecipazione sociale si costituisce in un consumerismo politico che si struttura all'interno di reti non gerarchiche in cui si sviluppano azioni individuali attraverso il social networking* (Norris, 2002). Nella società delle reti (Castells, 2002b) la partecipazione sociale e politica dipende dalla capacità di *social networking*. Attraverso l'interattività dei social media e di Internet, in cui si osserva una struttura orizzontale che permette un'interazione flessibile e aperta a tutti, altamente democratica, capace di agevolare sempre maggiori opportunità di socializzazione, comunicazione e partecipazione.

Pur riconoscendo i *new media* come spazi di deliberazione on line, in cui viene favorita la creazione di reti sociali e di nuove soggettività politiche di soggetti isolati, che altrimenti avrebbero scarsa possibilità di accesso nei media di massa *mainstream*, un approccio "*cyber-ottimista*" capace di offrire risorse maggiori e nuove per la mobilitazione dei soggetti più deboli, a cui si lega la visione "*cyber-scettica*" (Norris, 2001) per cui si riconosce che l'inclusione alle nuove tecnologie dell'informazione/comunicazione non potrà colmare le disuguaglianze poiché a cogliere le nuove opportunità saranno i soggetti dotati di un buon bagaglio culturale-sociale-politico (Sartori, 2006).

Di fatto le due prospettive non sono autoescludenti. C'è però da sottolineare che la possibilità di costruire un'agenda e di attrarre l'attenzione non appare uniformemente distribuito nell'universo Internet (Freschi, Bisenzi, 2007). Inoltre

accanto a istituzioni nazionali e internazionali che promuovono processi di *e-democracy* attraverso nuovi canali di informazione, consultazione e partecipazione dei cittadini (OCSE, 2001) per cercare di colmare il divario con i cittadini (Coleman, 2001; Commissione Europea, 2006), si collocano forme emergenti di mobilitazione dettate da *singol issue*. Le sperimentazioni di *e-government* (attivate in Italia dal Ministero dell'Innovazione Tecnologica), hanno individuato principalmente nei giovani la categoria privilegiata che usa i new media e che ne percepiscono le potenzialità di partecipazione. Ciò che però più conta, bisogna ancora ricordarlo, non è solo la possibilità di costruire *chat*, forum, blog, siti o profili di social network, ma bisogna anche attivare politiche a favore dell'alfabetizzazione digitale e la riduzione del *digital divide*. In un contesto più ampio di educazione e promozione della cittadinanza alla cultura partecipativa (Freschi, 2009) *i cittadini-consumatori preferiscono spazi on line auto organizzati e non istituzionali più che quelli di e-democracy istituzionali*. Le esperienze di partecipazione on line da parte dei cittadini-consumatori di contenuto sono emerse in Italia, ad esempio, nel contesto di una società civile che se negli anni Novanta del secolo scorso vedeva la possibilità di partecipazione on line come virtù di gruppi specifici uniti alla cultura telematica, agli inizi del ventunesimo secolo la scoperta degli spazi virtuali da parte di soggetti impegnati nell'off line (ad esempio movimenti, associazioni o altro) ha permesso di discutere di un vero e proprio spazio di partecipazione per un dibattito che prende avvio nel virtuale. La nascita di un giornalismo partecipato (De Rosa, 2007), poi, ha permesso una trasformazione quantitativa e qualitativa della partecipazione on line ed una maggiore integrazione delle pratiche off line. A questo si è accompagnato però una colonizzazione commerciale della rete da parte dei media mainstream. Inoltre le sfumature tra ciò che è politica e ciò che non lo è (ad esempio nella distinzione tra partecipazione e *leisure*) che coinvolgono social network come Youtube, Myspace, Facebook, Twitter e altri, nati essenzialmente come spazi di *leisure* e che vengono convertiti in spazi per sviluppare discussioni di rilevanza politica, nella segmentazione e frammentazione della sfera pubblica (Sebastiani, 2009). La rete virtuale è "uno spazio di micro sfere pubbliche auto costituite che sono divenute una componente vitale sia dei media che della realtà politica" (Häyhtiö, Rinne, 2007, p. 3).

I giovani politicamente attivi trovano nei media digitali lo strumento ideale per sperimentare nuove modalità partecipative (Della Porta, Mosca, 2006; Mascio, 2008). Il *progetto Euyoupart*¹⁸⁶, realizzato da un consorzio di nove centri di ricerca europei, ha messo in luce una correlazione tra partecipazione e indice di mobilitazione cognitiva, importante principalmente per la partecipazione on line. La distanza che separa ogni partecipante dall'atto del partecipare è più ampia rispetto a quella che divide le forme tradizionali di politica. Sottolineando non solo la necessità di *un'attitudine alla partecipazione*

¹⁸⁶ Il progetto Euyoupart, realizzato dal consorzio di nove centri di ricerca europei e coordinato dall'Istituto Sora, è stato finanziato dalla Commissione Europea per il Quinto programma Quadro. Da questa ricerca si sono costruiti degli indicatori sulla partecipazione politica dei giovani europei. La ricerca ha coinvolto ottomila giovani dai 15-25 anni in otto Paesi europei (Austria, Estonia, Francia, Finlandia, Germania, Italia, Regno Unito, Slovacchia).

già sviluppata, ma anche una competenza conoscitiva della realtà e delle competenze tecnologiche. Questo a sottolineare che per quanto la rete virtuale e il web 2.0 nello specifico, siano altamente democratici ed inclusivi, la partecipazione on line più di altre forme di partecipazione sottende il rischio di generare effetti esclusivi. La rete virtuale diviene simbolo della partecipazione individualizzata capace di attivare un *networking* tra i soggetti. Si rendono centrali le risorse conoscitive e culturali per sfruttare le potenzialità della rete. Ivi le risorse divengono durevoli solo se il soggetto è inserito in reti sociali più o meno centrali.

L'attivismo digitale che vede un coinvolgimento soprattutto delle fasce che si vengono a definire “giovani” pur interessando soglie dai trenta ai quarant'anni, come emerge dalla ricerca Euroycat, si riferisce ai movimenti dei lavoratori precari e particolarmente quelli che affrontano la precarietà nel lavoro creativo e della società della conoscenza (Freschi, 2006). Lavoratori questi per cui la precarietà diviene il fattore che costringe le biografie individuali dentro la categoria dei “giovani” per ciò che riguarda gli stili di vita e stili di consumo. Nelle mobilitazioni che si accendono per problemi vari come per la società della conoscenza e che usano le nuove tecnologie dell'informazione e comunicazione, si può osservare come il mezzo usato e le questioni politiche messe in campo trovino un buon equilibrio di espressione. Sviluppo di una emergente soggettività politica sia per contenuto che per forma organizzativa che parte da condizioni strutturali e culturali specifiche. Movimenti questi che nell'organizzazione di proteste transnazionali, come nel caso degli *Indignados* che dalle piazze spagnole hanno coinvolto tutti i giovani europei o nel caso dei “99%” che hanno innescato un'onda di protesta contro la ristretta classe ricca, hanno usato le nuove tecnologie dell'informazione e comunicazione per comunicare e costruire nuove forme di mobilitazione che coordinano la dimensione off line in quella on line. Utilizzando tutti gli strumenti digitali a disposizione (*mailing list*, forum, blog, siti, social network). Si dà vita a reti virtuali attivate attraverso media alternativi per creare e veicolare i messaggi, usando codici e linguaggi creativi, ironici e spettacolari. Nell'obiettivo di integrare le interazioni *face to face* e on line attraverso l'uso dei *new media* oltre quelli tradizionali, per raggiungere il più ampio numero di partecipanti (Mattoni, 2009). Le pratiche adottate esprimono una critica alle forme di comunicazione tradizionali e *mainstream*, elaborando strategie che disturbano i flussi comunicativi commerciali. Pur tuttavia non si può non pensare ai limiti di queste forme innovati di azione collettiva. Nel caso ad esempio della mobilitazione dei ricercatori precari in Italia nel triennio 2004-2007, ci dice Raffini (2008), lì dove la rete ha promosso l'aggregazione iniziale e la definizione di una nuova identità, di un nuovo soggetto sociale e politico, quale quello del “ricercatore precario”, amplificando la capacità di mobilitazione attraverso nodi locali, nonostante le scarse risorse organizzative, ha ottenuto alta visibilità tanto da essere riconosciuto come interlocutore da parte del governo.

Ricerche empiriche e le osservazioni dei casi presi in esame mettono in luce come la partecipazione attraverso i *new media* come forma non istituzionale, *indicano che l'uso della rete ai fini della partecipazione deve essere ritenuta una*

realtà in cui i protagonisti maggioritari sono le nuove generazioni. Assumendo una valenza significativa per quanto spesso siano fenomeni di partecipazione minoritari. L'uso dei media digitali è divenuto importante per l'organizzazione, il coordinamento e la comunicazione delle mobilitazioni. L'attivazione attraverso le risorse del web 2.0, ha permesso di coordinare iniziative di protesta, favorire la circolazione dei documenti e di pubblicizzare le iniziative tra i membri e non solo. Il più delle volte trovando risonanza nei media *mainstream*. L'apporto delle nuove tecnologie digitali alla ricostruzione di spazi di partecipazione e deliberazione per l'espressione di una cittadinanza democratica, è risultato dell'interazione tra tecnologie e società dell'informazione¹⁸⁷, nella costruzione sociale di queste tecnologie: strumenti di libertà e di controllo (Rodotà, 2004).

6.4 La centralità delle relazioni: controcultura tra gratuità e partecipazione

La Commissione intende intensificare il suo impegno [...] allo scopo di fornire indicatori che servano per quello che i cittadini vogliono realmente, ovvero misurare i progressi compiuti nel raggiungere in modo sostenibile gli obiettivi sociali, economici ed ambientali.

In ultima analisi, le politiche nazionali e comunitarie saranno valutate sulla loro capacità, o meno, di raggiungere i suddetti obiettivi e di migliorare il benessere dei cittadini europei.

Per questo motivo, le future politiche dovrebbero essere fondate su dati rigorosi, attuali, pubblicamente riconosciuti e che trattino tutte le questioni essenziali.
(Unione Europea)

Il vessillo che si è visto prendere il nome di globalizzazione non è certo un processo che unifica le differenti culture ma piuttosto le mette in scena nel palcoscenico mondo attraverso le reti digitali di relazione. Considerazione che spinge a chiedersi se l'espansione mondiale della cultura economica occidentale viene a ridefinirsi di fronte all'incontro con culture diverse? Inoltre diviene interessante capire se il PIL si renderà un indicatore ancora sufficiente per comprendere il benessere diffuso in una società? "Il Pil misura tutto tranne

¹⁸⁷ I *social software* permettono la condivisione della conoscenza e lo sviluppo delle competenze in maniera informale. L'utilizzo di social software per la condivisione della conoscenza e lo sviluppo delle competenze è divenuto parte integrante nella creazione di nuove modalità di lavoro, di condivisione della conoscenza e di apprendimento. *Possesso*: gli individui possono possedere il loro spazio sul Web divenendo produttori-consumatori; *Personalizzazione*: possibilità di personalizzare l'interfaccia di molti siti è un esempio dell'approccio personalizzato dei social software. Ma la personalizzazione va un po' più in profondità ed include la possibilità di costruire realmente il modo in cui l'informazione viene rappresentata, da dove proviene, come viene utilizzata; *Partecipazione*: attraverso le comunità di interesse che sviluppano; *Aggregazione*: disponibilità di software che fanno uso di RSS (*Really Simple Syndication*) attraverso aggregatori *feed*, *news feed*, *link*. (Siti come Technorati mostrano quanto comunità di nicchia si possano formare dall'aggregazione di post da più blog). *Report* di Val Evans in collaborazione con Lorraine J Larri della Renshaw-Hitchen and Associates Pty Ltd (articolo ripubblicato dall'Australian Flexible Learning Framework – istituzione australiana per la promozione delle risorse di sviluppo dei sistemi e community di e-learning).

ciò che rende la vita degna di essere vissuta" diceva già in un suo famoso discorso Bob Kennedy negli anni sessanta e ripreso nel VII rapporto di "Quars" (Indice di Qualità dello Sviluppo Regionale), strumento di misurazione dello sviluppo e del superamento del PIL quale indicatore del progresso e del benessere di un territorio, soprattutto dal punto di vista politico. E' proprio la crisi ad incrinare il mito del Pil. Kuznetz, uno degli ideatori del Pil, avvertiva che "il benessere di una nazione può scarsamente essere dedotto dalla misura del reddito nazionale". Pur tuttavia la visione economicista del mondo ha preso il sopravvento. Nonostante approcci innovativi come quello dello "sviluppo a scala umana" di Max Neef spostassero l'attenzione alla misura dello sviluppo, dalla crescita economica ai bisogni delle persone, negli anni ottanta la centralità dell'economia nelle decisioni politiche diventa totalizzante. Il superamento del Pil si ha con l'affermazione dell'Indice di Sviluppo Umano da parte dell'UNDP all'inizio degli anni Novanta. Con esso si offre finalmente una visione multidimensionale dello sviluppo (reddito pro capite, salute ed educazione) sotto la spinta teorica di Amartya Sen e del suo approccio delle *capability* secondo il quale "lo sviluppo può essere visto come un processo di espansione delle libertà reali godute dagli esseri umani". Un nuovo spazio di discussione a livello istituzionale, oltre che accademico, che, ha rimesso al centro della discussione il superamento del Pil e l'adozione di indici e indicatori che misurassero il benessere delle persone. Nel 2004 l'OCSE aveva riunito a Palermo il primo "Forum mondiale sugli indicatori chiave. *Statistics, Knowledge and Policy*" che rimetteva al centro del dibattito la rilevanza politica dell'uso degli indicatori e della statistica come fondamentale elemento di conoscenza indispensabile per guidare l'azione dei Governi. Rimettendo in discussione gli indicatori necessari per guidare e monitorare le politiche pubbliche¹⁸⁸. Così nel novembre 2007 la Commissione Europea (in congiunzione con il Parlamento Europeo, il Club di Roma, il WWF e l'OCSE) organizzava a Bruxelles una conferenza internazionale dal titolo "*Beyond GDP*" che è stata chiusa da Barroso con la frase "e' ormai tempo di andare oltre il PIL". Una frase accolta dal presidente francese Sarkozy che nel gennaio 2008 incarica i premi nobel Joseph Stiglitz e Amartya Sen e l'economista Jean-Paul Fitoussi di formare una commissione speciale sulla "misura delle prestazioni economiche e del progresso sociale", denominandola "Commissione Stiglitz" che introduce l'elemento soggettivo alla discussione. Agli istituti di statistica è chiesto di iniziare a produrre informazioni riguardo la percezione dei fenomeni da parte dei cittadini cercando di catturare le valutazioni anche rispetto alla vita delle persone, soddisfazione, felicità, emozioni positive come gioia e orgoglio o negative come dolore e preoccupazione. Ci si rende conto che interrogarsi sugli aspetti delle trasformazioni umane era un fattore rilevante tenendo conto del divenire dei processi di innovazione e accrescimento. Non a caso oggi si cerca di capire quale sarà l'impatto della trasformazione delle pratiche della comunicazione introdotta da Internet? Di fronte ogni grande trasformazione, le società ne cercano il *senso*: così mentre i mercati cercano di "colpire i target"

¹⁸⁸ Sotto la spinta dell'allora capo statistico Enrico Giovannini (oggi presidente dell'ISTAT) e' stato quindi lanciato il "*Global Project for measuring the progress of societies*", un ambizioso progetto per la ridefinizione a scala globale degli indicatori da utilizzare per monitorare il benessere, lo sviluppo, la qualità della vita.

dei consumatori percorrendo il globo sull'onda dei grandi mezzi di comunicazione di massa, la vita economica quotidiana è stata sconvolta proprio per via di questi mezzi che non solo influenzano lo scambio attraverso ad esempio la pubblicità, ma sono generatori di una visione del mondo organizzata attorno le dinamiche "spersonalizzanti del denaro, del consumo, del lavoro, del risparmio" (De Biase, 2007, p. 18). Segni visibili nei comportamenti di una moltitudine di persone che aprono un proprio blog attraverso le opportunità offerte da Internet. All'inizio quando i pubblici erano connessi ed a miliardi di persone è stato offerto per la prima volta di essere connesse con il cellulare, si è pensato che si fosse di fronte ad un'era priva di cicli economici, con una lunga crescita "senza inflazione" a cui si stringevano liberalizzazione e privatizzazione, in cui il mercato finanziario potesse valutare correttamente la qualità economica delle innovazioni tecnologiche ma anche le scelte politiche. Soprattutto per il grande affermarsi della rete di Internet, pensata come capace di portare il sistema economico a condizioni ideali di concorrenza perfetta. Un'idea da lì a poco smentita, già dopo il primo scoppio delle bolle speculative del marzo 2000 (De Biase, 2000). In Italia come in molti altri Paesi europei si è pensato di essere di fronte ad un declino economico, principalmente dopo il vuoto lasciato con l'attacco alle Torri Gemelle l'11 settembre 2001. Quando il presidente degli Stati Uniti di allora, George Bush, nel suo appello alla Nazione, chiedeva agli americani di non smettere di consumare. Imponendo ancora una volta la supremazia di potere del mercato sulla stessa politica. Dunque per il mercato Internet si è dimostrato essere tutt'altro che una macchina di concorrenza perfetta. Bisogna tenere in conto invece, parlando della rete e dei nuovi media digitali, il percorso nella nuova evoluzione culturale dell'economia.

Riporre i bisogni su una scala di fenomeni culturali. Una cultura sta morendo mentre una nuova nasce nell'epoca dell'ascesa tecnologica e culturale, dal passaggio da un'economia industriale alla società della conoscenza. Mentre la logica della finanza prende il possesso di un consumismo che ammalia, come il canto delle sirene emesso dalla televisione commerciale, sfuggendo dal controllo umano. Ma proprio questa incapacità di controllo da parte dell'umanità potrebbe finire per uccidere il pianeta distruggendo le risorse. Per tale motivo l'umanità si è trovata a ragionare sul proprio futuro come su quello delle generazioni future, portando ad un nuovo contesto culturale dalle forme, per ora, indefinite pur lasciando segnali sempre più chiari. Una cultura in cui si cerca la comprensione, il senso dei numerosi mezzi che l'umanità ha prodotto. Il mondo assume una nuova e interessante visione di certo più vicina alle istanze dell'umanità, guardando il mondo dal basso verso l'alto (*bottom-up*) e non più dall'alto verso il basso (*top-down*). Il valore diviene anche quello del tempo: il tempo da dedicare all'altro, alle altre persone. Prendendo coscienza nel comprendere ciò che vale e ciò che non vale, la ricchezza della qualità. Dell'essere più dell'apparire, la coscienza dell'importanza della ricchezza della qualità, l'indifferenza per l'ostentazione. Una cultura che permette di rivalutare anche ciò che non può avere un prezzo, ma che riveste un alto significato per la vita: l'amore, la bellezza, l'amicizia. La passione per far bene ciò che si sa fare (De Biase, 2007, p. 12). Una cultura di fatto pragmatica in cui il denaro acquista importanza. Una cultura fondamentale per la sopravvivenza. Importante per

realizzare le opere che si desidera. Il denaro diviene necessario, una tecnologia non un contenuto, uno strumento. Mentre la cultura un tempo dominante, da cui si è sviluppata la controcultura di oggi, riteneva il denaro un'idea, un fine da perseguire ad ogni costo, necessario. Nella controcultura che si alza contro la cultura dominante, il denaro ritorna un mezzo. Il tempo era monetizzabile simbolicamente dal tasso d'interesse per una crescita perpetua e inarrestabile, conquistando sempre nuovi spazi di vita quotidiana che ancora prima erano destinati all'autoconsumo e allo scambio gratuito. Ogni elemento della natura e della cultura è stato sottoposto alla privatizzazione finanziaria. Nella controcultura che si sta sviluppando oggi, invece, la dimensione monetaria e quella gratuita non sono pensate in termini di conflitto ma per una felicità che va oltre la dipendenza alla ricchezza o alla povertà. Come sviluppare questa controcultura contro la cultura dominante? Perché ciò avvenga deve modificarsi l'immagine del mondo e della cultura stessa. Un immaginario collettivo per cui molto conta ciò che raccontano i media. Per tale motivo diviene rilevante ciò che sta accadendo nel mondo in questi ultimi anni per cui accanto alla commercializzazione dei media tradizionali e dei contenuti, si affaccia una dimensione gratuita dei nuovi media digitali interattivi. Superando quell'idea di un'utopia di azioni insostenibili.

Creando una contronarrazione mediatica capace di ridefinire la quantità e la qualità delle informazioni, imponendo a tutti di cercare il senso di ciò che si racconta, uno scambio-dono. In cui autori e fruitori, mezzi e messaggi, idee e fatti, si confondono in continuazione. Buttando uno sguardo nella dimensione locale, l'Italia per uscire dalle difficoltà attuali, deve costruire una visione che permetta di descrivere la prossima fase di sviluppo per essere coscienti sul "dove si sta andando" (De Biase, 2007, p. 13). Una controcultura in cui diviene fondamentale il pensare a relazioni orizzontali tra gli individui: conversazioni *peer to peer* (tra pari), volontariato, lo scambio/dono reciproco di tempo tra le persone per costruire un nuovo *medium* sociale, più umano, partecipato. Una cultura i cui valori non sono dettati da una norma, dallo Stato, pur proponendo un senso del pubblico come risorsa della comunità, per la civiltà e la convivenza pacifica. Una controcultura per cui non contano più i meccanismi della finanza, della pubblicità, della politica ma sono percepiti come eventuali mezzi da poter usare legittimamente per migliorare il mondo. Una controcultura sì esigente, proposta da tante voci, una moltitudine di voci che si esprimono e connettono, per sovvertire la cultura dominante. Così come Internet ha consumato l'audience della tv commerciale. Una controcultura che spinge a ridefinire i parametri sul benessere, sulla povertà e sulla ricchezza. Come nel caso dei ragazzi del Bangladesh che, racconta Armatya Sen¹⁸⁹, hanno una speranza di vita maggiore rispetto ai coetanei neri delle periferie americane. Ciò a dire che la superiorità del reddito non aiuta dalla desolazione, dalla droga o dalla morte prematura. "Tanti soldi poca felicità".

¹⁸⁹ Premio Nobel per l'economia

6.5 Verso la felicità attraverso i mezzi generatori di senso

I problemi esistenti trovano dunque un terreno comune che è quello di una controcultura – (che può essere intesa anche come ristrutturazione della cultura dominante) – che interpreta i fatti intorno a cui si genera il consenso nelle società. Infondo da sempre le grandi trasformazioni hanno richiesto da parte delle società la ricerca di senso. Esistendo una relazione tra il modo in cui una società è organizzata economicamente ed i mezzi che usa per comunicare, per confrontare valori e generare senso. Se un tempo i mercati perdevano l'idea di persone sviluppando maggiormente l'idea di consumatori da inseguire sull'onda dei mezzi di comunicazione di massa, questi oggi non sono solo capaci di influenzare lo scambio attraverso la pubblicità ma divengono *generatori della visione del mondo che si muove attorno al denaro, al consumo ed al lavoro*. Come si è visto negli anni Novanta del secolo scorso si è pensato che la lunga fase di crescita senza inflazione, per via della liberalizzazione e privatizzazione, potesse coincidere con l'avvento di un'era senza cicli economici. Ma ciò sappiamo non essere vero, già dalle prime bolle speculative del duemila. Bolle generate dal *boom* di Internet che ha condotto a pensare a quest'ultimo, inizialmente, come una macchina perfetta che avrebbe permesso una concorrenza perfetta, migliorando l'informazione tra i consumatori e gli imprenditori per un "capitalismo senza attriti". Internet si è capito essere tutt'altro che una macchina per una concorrenza perfetta. Andando a pizzicare quelle corde che durante la rivoluzione industriale avevano teso a quel suono smithiano sulle teorie economiche, allontanandosi da quelle sulla sostenibilità *ante litteram* di Malthus. Così che da questo suono emergono nuovi ricchi che conquistano ricchezze inaudite mentre innumerevoli poveri urbanizzati tentano di organizzarsi. La moneta si fa largo nelle zone sociali dove precedentemente era stata esclusa, mentre il lavoro si disegna sempre più in base alla curva dell'utilità ed alla necessità di produzione e non più e solo come dimensione della vita dei soggetti. Qui trova attuazione la vecchia suddivisione tra economia e società che per gli economisti non si divide solo tra i ceti sociali ma si distingue, per lo stesso soggetto, tra il tempo occupato e quello libero. Si materializza il fantasma del mercato perfetto che si smaterializza nel proseguire della sua analisi nel tempo, comprendendo come nessun operatore singolarmente può influenzare il prezzo della merce di cui si occupa, anche perché sono tutti i consumatori, insieme, a costruire la propria scala di priorità in base alla massimizzazione della propria utilità. *Sfuma in tale contesto l'idea di un benessere proveniente dall'ideologia liberista o al più creata dalla crescita del prodotto interno lordo*. L'economia si trova nel giusto rapporto tra aspettative e realtà. Una visione fiduciosa nel futuro da far dimenticare l'eventuale visione negativa del presente (De Biase, 2007). La promessa di un benessere generato dalla crescita economica "panacea di ogni male" è stata capace di convincere generazioni di persone a sacrificarsi per i figli ed i discendenti (*Ibidem*, p.93). Così mentre il consumatore sceglie in base alla scala delle proprie priorità, il risparmiatore sceglie per massimizzare il proprio guadagno. Tali spinte tendono a porre al centro la distribuzione e la qualità della vita sulla produzione. Nell'evidenza di un sistema-mondo in cui la distribuzione crea delle differenze

sostanziali tra un occidente in via di sviluppo ed un Sud del mondo incapace di crescita.

La felicità però non aumenta in modo proporzionale con l'aumentare del reddito. A volte si verifica il contrario ciò perché la soddisfazione a cui si giunge possedendo/usando un bene è momentanea e viene riassorbita dall'abitudine e dalla comparazione con il resto della società. Come evidenzia De Biase (2007) "sull'altare della crescita di reddito si sacrificano proprio i rapporti con gli altri, dall'amore all'amicizia, con la conseguenza che pur avendo più soldi si registra una perdita secca della felicità". Felicità di recente riscoperta dalla psicologia sociale *in primis*, dall'economia poi, fino alla sociologia, scienze per cui il comune punto d'incontro ruota intorno alla questione di cosa rende "buona" la vita. Per tutte è chiaro però che non esiste alcuna relazione sostanziale tra il reddito e la felicità. Se mancasse la possibilità di accesso ad un bene comune come l'acqua, come la possibilità di poter avere relazioni a scapito di un alto reddito, quest'ultimo non può certo aumentare lo stato di benessere di chi lo possiede. Allo stesso tempo il bene dovendo soddisfare il comune consumo e uso, non può essere pagato. Deve pertanto essere un bene garantito. Inoltre per avere/usare beni materiale accade che per averne/usarne sempre di più chi è preda del lavoro tende ad aumentare il tempo ad esso dedicato dimenticando quello libero a danno di relazioni, affetti e amicizie. Nel suo gioco impercettibile, il consumismo oltre ad aumentare il reddito nazionale diviene una dipendenza, una sorta di gara con la società come la macchina più grande. A tal proposito l'economista della Cornell University, Robert H. Frank, distingue il

- ❖ "*consumo cospicuo*": la quantità di cose che si desiderano e si comprano;
- ❖ dal "*consumo incospicuo*": che riguarda beni non convenzionali, come il tempo dedicato alla famiglia, il tempo libero *etc.*

Nelle società in cui si rende più evidente il *consumo incospicuo*, il benessere è più elevato. Lì dove invece il consumismo è presente, la soddisfazione che se ne ha è temporanea. Diviene per tanto necessario distinguere tra "beni posizionali" e "beni relazionali" (De Biase, 2007). Nel primo caso la soddisfazione si raggiunge quanto prima si raggiunge un determinato bene rispetto agli altri ma in termini temporali si consuma con rapidità, con i beni relazionali invece si tenta di cementare le relazioni e per questo non possiedono (quasi mai) mercato o prezzi. Pertanto il più grande nemico dei beni relazionali è il mercato. Tanto che l'opera d'arte sarebbe l'idea data da un amico piuttosto che quella acquistata sul mercato per la propria azienda. L'ipotesi di fondo è che le persone sono interessate a ricchezza e consumo in termini relativi e non assoluti poiché altri in breve possono arrivare allo stesso bene. In una società in cui il modello proposto è quello Gasp (*Growth as substitution process*) secondo cui il processo è quello di una società in cui in modo gratuito non si possa fare quasi nulla. Mentre urbanizzazione e motorizzazione aumentano il Pil, allo stesso tempo distruggono beni come silenzio, aria o mare puliti. Si può parlare inoltre di un "tradimento delle promesse di benessere" in cui la crescita economica incombe dannosamente su beni relazionali, ambientali e culturali. La città diviene sia motore di crescita

come culla di solitudine delle relazioni. Bartolini (2010) pone l'accento sul collegamento tra l'erosione delle relazioni tradizionali e la perdita di fiducia nell'altro, perdita di valori sociali condivisi e di regole sociali, causa paradossalmente dell'aumento del mercato e della vita collettiva. Un "materialismo terminale", come lo definiscono Inghilleri e Csikszentmihalyi (2002), per cui si instaurano relazioni sociali poggianti sull'interesse personale per un consumo compulsivo di beni posizionali e causa di superlavoro. Un'economia fredda e triste dipinta dall'antropologia dell'*homo œconomicus* sempre teso a calcolare le risorse scarse. Ma il Pil non è l'unico modo per raggiungere obiettivi importanti se si pensa che tra questi vi è il desiderio di "vivere a lungo" o "vivere nella libertà" dice Sen (2002), indicando la strada di "uno sviluppo permeato sulla libertà", poggiando su un'economia non violenta. Per Sen, dunque, non bisogna limitarsi agli indicatori di calcolo del Pil per comprendere il benessere di una società, ma ci si dovrebbe concentrare sul valore qualitativo dello sviluppo per intercettare il livello di vita, di istruzione *etc.* Esempio di quanto riportato è evidente in Cina dove si può osservare una crescita decisamente rilevante e apparentemente inarrestabile, superando sia il Pil italiano che quello Usa e che in previsione, anche secondo diversi economisti, proprio la Cina registrerà una crescita dell'economia, ripercorrendo però gli stessi errori dell'Occidente, andando incontro ad un terribile impoverimento dei beni relazionali. La soluzione ad un tale visione sarebbe auspicare un cosmopolitismo che non vuol dire una rinuncia dei propri punti di vista. Storia, economia e cultura, evidenzia De Biase (2007, p. 141), "non sono dimensioni che si pongono tra loro in una relazione definita una volta per tutte. L'una prevale sulle altre determinando i problemi che gli uomini del futuro dovranno risolvere". Per quanto, poi, il mercato "autoregolato" porti grandi innovazioni culturali e la democrazia può portare sia ad una redistribuzione delle risorse come al rallentamento dell'innovazione di singole individualità che si trovano nella parte opposta del gioco delle maggioranze, è l'identità di una cultura che può aiutare a preservare l'equilibrio sociale, anche se potrebbe anche comprimere l'innovazione di culture differenti. Un rischio questo arginato dai "cosmopoliti" che seppur turisti del globo, riescono a mantenere la propria identità costruendo un mondo in cui possono nutrire la sensazione di essere sempre a casa propria. Una casa che può essere definita anche arena digitale, una realtà aumentata.

I media democratici in quanto aperti ad ogni inclusione, orizzontali, capaci di networking basati su contenuti generati dal basso, da cittadini-consumatori appartenenti alla popolazione mondiale, invitano ad una partecipazione cosmopolita i suoi abitanti. Come è stato nel caso del 99% di *Occupy Wall Street*, un movimento nato da una comunicazione dal basso ben organizzata il cui obiettivo è di ribellarsi ad un potere economico/finanziario destinato nelle mani dei pochi, l'1%, i detentori di tale potere. Un movimento che dalla Rete è poi sceso in protesta nella piazza simbolo di tale potere, Wall Street, e come una eco ha unificato altre manifestazioni nel mondo, nei luoghi simbolo del potere, dando vita ad una partecipazione cosmopolita attraverso la Rete. Rendendo osservabile come nel mondo dei nuovi media ogni elemento è fortemente legato agli altri, un processo "co-evolutivo" per cui si è reso rilevante

studiare ogni parte dell'ecosistema. Inteso quest'ultimo come possibile similitudine del web (Albert Laslo Barábasi), i cui siti sono in relazione simbiotica con il grande motore di ricerca *Google*, che si rende interessante attraversare solo per il legame con miliardi di siti interessanti. Sebbene non tutti poiché la logica dei motori di ricerca come anche *Yahoo!* è di scandagliare da link a link. La tecnologia non è indipendente dal contesto istituzionale. Ma oggi l'obiettivo di un governo, suggerisce anche De Biase (2007), è quello di coltivare la creatività e l'eccellenza. Questo a scapito di media tradizionali che nel loro essere "egosistemi" (come dice Kim Polese, protagonista di Silicon Valley) cercano ancora di attrarre a sé il pubblico e possederlo. In un mondo che Castells (2002b) suggerisce non essere "piatto" come nel caso del mondo europeo rispetto quello americano. La storia, come la geografia, di fatto non sono tutte eguali, così come la cultura e la tecnologia. La potenzialità innovativa dei nodi porta per Castells alla qualità dell'insieme. "Nella società della rete è la conoscenza che guida l'innovazione, in un'economia della "simbiosi" in cui grandi e piccoli si servono reciprocamente: la Rete. Tutti i siti poi sono serviti da un unico grande che si mette a loro disposizione, come nel già citato caso di *Google*. Per Bernardo Huberman, della Xerox di Palo Alto in California, in Rete si segue una regola paretiana: i siti più visitati emergono mentre gli altri tendono a perdere pubblico. Un'economia diretta derivante dalla multidimensionalità di una rete in cui ogni sito, blog o social networks produce senso.

Realtà aumentata produttore di senso, la Rete, in cui l'economia del dono si lega alla qualità delle relazioni tra soggetti, alla consapevolezza del controllo su informazioni anche mainstream che circolano comunque in rete. E' il dono, quello teorizzato da Marcell Mauss, la dimensione che meglio di altre caratterizza la Rete. Lì dove i doni non sono del tutto gratuiti ma creano un gioco di scambio. Una società in cui ogni donatore non dà solo un oggetto ma una parte di sé, così da instaurarsi una mutua dipendenza, solidarietà tra le persone che abitano la Rete e non solo, "una società coesa e solidale, capace di affrontare le crisi meglio di quelle che il dono non lo conosce" (De Biase, 2007, p. 182). Il dono rappresenta anche la qualità del lavoro. Così che al dono, come riconosceva Mauss, non tutto ciò che conta è nello scambio monetario. L'utilità per una società, sostiene Sahlins, non deriva dalle necessità materiali ma dalla cultura stessa. *Così, se le relazioni hanno un senso di felicità al di là delle soddisfazioni materiali, il senso di ciò che si fa in Rete è vicino alla fonte della felicità.* I media partecipati offrono proprio la possibilità di trasmettere contenuti di senso anche nell'agevolare relazioni tra le persone. Internet diviene la rivoluzione, un mondo di persone, di culture differenti che prendono coscienza su informazioni di comune beneficio e corresponsabilmente si uniscono attraverso la Rete, partecipando per perseguire il comune obiettivo di beni irrinunciabili e comuni, di relazioni tese proprio al bene comune.

Si legge dal sito di [OccupyWallStreet](#):

- [...] *«The movement's success is due in part to the use of online technologies and international social networking. The rapid spread of the protests is a grassroots response to the overwhelming inequalities perpetuated by the global financial system and transnational banks. More actions are expected*

in the coming weeks, and the Occupation of Liberty Square in Manhattan will continue indefinitely» [...].

Predisponendosi ad un'alta qualità di convivenza civile, di cittadini agevolati nel dibattito pubblico e nella critica, vivifica espressioni personali, valorizzando anche il confronto espressivo con gli altri.

Si legge tra i commenti di quanti hanno seguito in Rete Rai per una notte:

- *«Visto che la Rai non ce lo fa vedere siamo qui per difendere un po' di libertà che è rimasta. Non siamo qui per ridere. Ho visto tanta di quella gente che ero tranquilla [...]. Ho visto il Popolo»*
 - (da Viva Zapatero!)

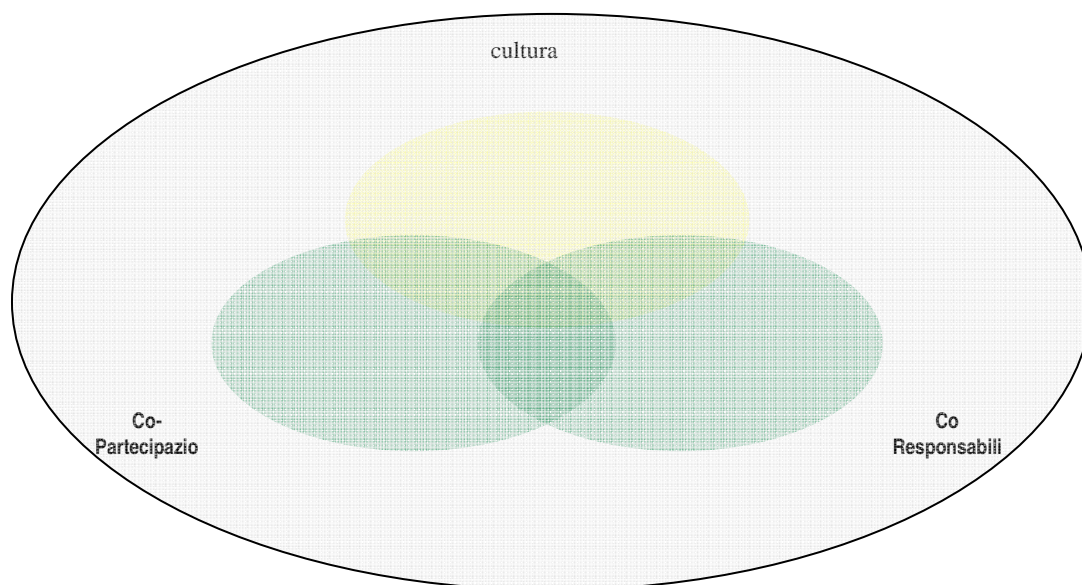
La società della conoscenza sembra apparire l'unico valore aggiunto. Una cultura non più schiava del consumo e dell'immagine così come criticava Zygmunt Bauman. L'imperativo diviene la *“responsabilità della cultura per un mondo sostenibile”*¹⁹⁰. Rivolgere uno sguardo attento alla cultura come elemento importante per l'accrescimento del benessere della collettività e la crescita economica, significa comprenderne la sua importanza per l'evoluzione civile, sociale come per il progresso tecnologico della sua economia: il capitale umano. Questa visione però si lega ad una ancora più ampia che riconosce alla cultura un ruolo di risveglio del pensiero per la produzione di emergenti prospettive sensoriali così come di nuove forme di consumo. Una capacità innovativa che investe il sistema economico. La cultura riveste infatti un ruolo importante per perseguire le “libertà positive” (Sen, 2000).

Il consiglio di Lisbona, già nel marzo 2000, pone al centro del dibattito la conoscenza come fattore della competitività.

La cultura assume un ruolo centrale nella società non solo per delle soddisfazioni personali ma anche come partecipazione per il processo di decisione democratica. Sen (2000) riconosce come le qualità umane rivestono un ruolo fondante nel sostenere ma anche promuovere la crescita economica, un valore che viene assegnato attraverso la capacità di fare o essere certe cose. Mettere al centro l'azione personale, nel senso in cui la definisce H. Arendt, comporta ridiscutere lo stesso principio di causalità nel tentativo di dare risposta all'ineludibile domanda circa il rapporto tra agente e agito, soggetto e oggetto, libertà e vincolo di dipendenza. Le possibilità di funzionamento devono essere congiunte con la capacità di funzionare, altrimenti la disponibilità di risorse (materiali, relazionali, di accesso) non sono sufficienti per originare l'azione: strettamente legata alla definizione di funzionamento è quella di capacità di funzionare. Essa rappresenta le varie combinazioni di funzionamenti, e riflette la libertà dell'individuo di condurre un certo tipo di vita piuttosto che un altro.

Sulla scia di tali riflessioni si può leggere il primo *step* del modello che rappresenta la sintesi del ragionamento sino ad ora condotto:

¹⁹⁰ Su *Culturability* (Fondazione Unipolis) in <http://www.culturability.it>



Lessig e Benkler, tra gli altri, nell'osservare il modo in cui le persone usano i mezzi digitali di comunicazione, notano che questi presentano sfide fondamentali per la comprensione anche della politica. Queste e altre ragioni, fanno ritenere importante allargare il concetto di politica e politici. Così come fanno i giovani, sia consapevolmente che inconsapevolmente, quando spingono i limiti sinora racchiusi in questi concetti attraverso le applicazioni delle tecnologie digitali e differenti nuove azioni. Conversione di contenuti, dall'analogico al digitale, che permettono di usufruire di spazi interrogabili indipendentemente dal dispositivo tecnologico usato. Una continuità di flussi comunicativi a banda larga, capaci di far passare informazioni e indirizzare la decodifica. Tecnologie che offrono la possibilità di personalizzazione dei contenuti.

«By convergence, I mean the flow of content across multiple media platforms, the cooperation between multiple media industries, and the migratory behaviour of media audiences who will go almost anywhere in search of the kinds of entertainment experiences they want». (Henry Jenkins, 2007).

Mentre "l'interattività è una proprietà della tecnologia, la partecipazione è una proprietà della cultura" (Jenkins, 2007). Così la cultura partecipativa va emergendo nel momento in cui la cultura assorbe e risponde all'esplosione delle nuove tecnologie mediali, che rendono possibile per i consumatori medi di far proprio, archiviare, prendere nota, far circolare nuovi contenuti mediali in nuove modalità ancora più potenti.

Si legge dal sito "Mutazioni digitali" di Giovanni Boccia Artieri sui fatti che hanno coinvolto nell'ottobre 2011 gli Indignados italiani a Roma:

- **Delocalizzazione**
 - *«La logica e i linguaggi della rete ce lo hanno insegnato nel nostro avere imparato ad abitare il web, ad auto organizzarci, a costruire informazione quotidianamente e a condividerla, ad auto rappresentare le nostre istanze e le*

nostre opinioni [...] quello che la rete ci ha insegnato, ad esempio, è creare un nuovo rapporto fra aggregazione collettiva e delocalizzazione. Non c'è bisogno di essere tutti nello stesso luogo per esprimere contemporaneamente la stessa opinione. Possiamo ad esempio rendere visibile il nostro numero aggregando i contenuti da luoghi diversi e fare diventare la nostra opinione un elemento rilevante attraverso un tag.

- *[...] la maggior parte dei tweet con hashtag #indignados o #15ott parlavano di Roma e moltissimi venivano dalla manifestazione di Roma. [...] Possiamo portare la voce dell'indignazione sul territorio senza essere tutti in un unico luogo. Possiamo connetterla senza essere co-presenti. Possiamo partecipare attraverso modi diversi che mostrano sfumature che vanno dal comunicare all'esserci».*

Queste riflessioni offrono spunto ad altre domande, in particolare quali sono i modi a cui partecipano agli impegni politici anche i giovani? Questi impegni divengono consapevoli/comunicati alle convenzionali aree destinate alla politica? La politica riesce a dare risposte anche giuridiche adeguate ai giovani nel loro rispetto, permettendo di diminuire le distanze con il mondo del potere e del governo? Questioni importanti che Lance W. Bennett pone come zone grigie della vita digitale. Eppure, la linea d'azione che percorre la politica e la sfera politica, sia negli ambienti sociali che le sue applicazione nel web rivolte ai giovani, rimane relativamente isolata e sottosviluppata. Soprattutto perché i siti si rivolgono ai giovani in chiave meno sociale di quello che vorrebbero, mostrandosi meno aperti all'invio di messaggi ed alla condivisione di contenuti multimediali, in una logica comunicativa *top-down* rispetto a quelli dedicati ad incontri, amici, giochi, musica o video. Molte domande sorgono quando contrastanti politiche giovanili si attuano in diversi e nuovi siti sociali o di intrattenimento: Intanto ci si chiede se questi sono in grado di crescere e capaci di collegarsi in reti abbastanza grandi e stabili per stimolare efficaci comportamenti politici? Le risposte a questa domanda sono molteplici, soprattutto se si riflette sull'integrazione della dimensione pubblica attraverso mondi privati che coinvolge diversi tipi di apprendimento per i diversi tipi di attori: da un lato i politici ed i funzionari pubblici, che rappresentano il mondo ufficiale della politica; dall'altro i giovani, la gente, che devono imparare di più sulla cittadinanza così da riuscire a trovare punti d'incontro privilegiati e di comunicazione con la politica. Mentre educatori e quanti si occupano di progettare programmi rivolti all'educazione civica nel web spesso fondano le proprie offerte su ipotesi non verificate, su ciò che la cittadinanza dovrebbe essere, magari ereditando conoscenze generazionali, la formazione delle scelte politiche stanno cambiando i modelli accattivanti di educazione civica, come mette in risalto ancora Lance Bennett. E' il caso di agenzie governative, fondazioni, ONG, il cui sito permette ai giovani di progettare e gestire il proprio impegno intanto in comunità online beneficiando del fatto che possono prendere consapevolezza di un panorama molto ampio, grazie anche al fatto che questi siti possono essere collegati in un'ampia rete aperta alla *partnership* con tanti giovani. Spazi aperti e trasparenti, al fine di rendersi sempre più autentici se vogliono che questi vi partecipino.

Dal punto di vista dell'organizzazione sono trasmesse *news* mentre altri produttori di informazione pubblica apprendono e sviluppano al pari informazioni che fanno appello agli interessi del cittadino giovane. Interazione e coproduzione di contenuti digitali vengono poi integrati nelle dimensioni dell'informazione e dell'azione di cittadinanza. Gli stessi giovani possono pertanto imparare ad utilizzare le informazioni e le competenze dei media in modi che danno loro voce pubblica più forte e più efficace. Il paradosso però è che se solo apparentemente gli individui vengono lasciati liberi di scegliere, di fatto questi si muovono in condizione di inconsapevolezza circa la propria capacità di partecipare e controllare il processo di definizione del senso e dell'esperienza. Senso che è importante nelle scelte compiute da alcune persone piuttosto che altre. E' importante notare che accanto alle possibili alternative che una persona ha davanti, spesso ci sono occasioni non colte. *Gli esseri umani immaginano una serie di attività e possibilità future di sviluppo della personalità dotate di senso per stare bene.*

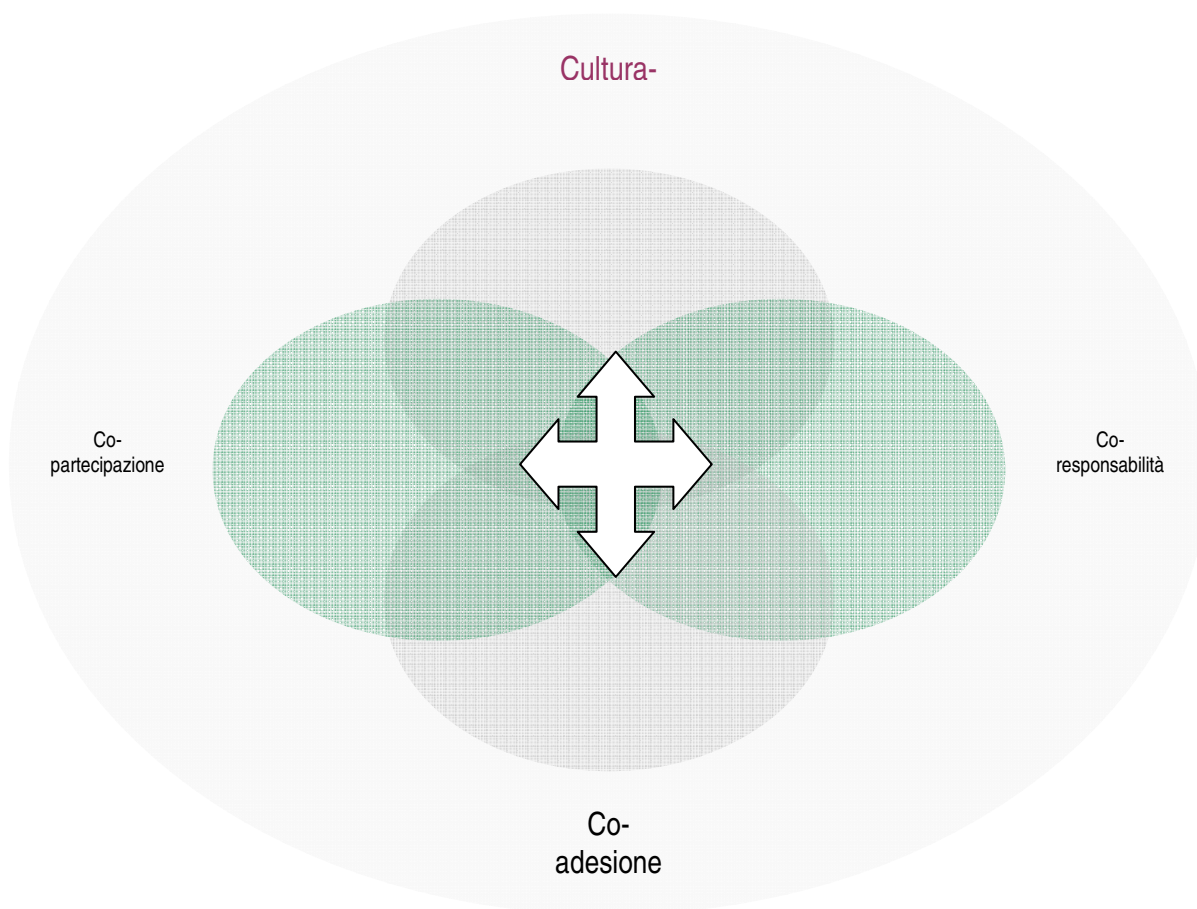
Lo spiraglio per tale percorso diviene la cultura per non limitare l'autodeterminazione dei propri membri. Investendo in processi di produzione culturale. Mentre i beni economici, che circondano le società industrializzate, divengono portatori di angoscia invece che di felicità e benessere, la cultura assume un ruolo importante per il conseguimento delle "libertà positive"¹⁹¹. Essere istruiti è fondamentale in quanto permette attività quali il leggere, il comunicare, discutere, permettendo così all'individuo una consapevolezza diffusa sulle possibilità di scelta, un aspetto che Sen definisce *capacitazione umana*, un superamento del concetto di capacità umane (*abilities*), nell'idea delle capacità che la società può dare o negare all'individuo (*capabilities*). Un concetto che di certo va oltre l'istruzione e che si stringe tra libertà "negativa" e libertà "positiva". Se nel primo caso l'assenza di vincoli rende l'individuo libero perché nessuno gli impedisce di fare qualcosa, nella libertà positiva l'individuo può realizzare il proprio potenziale umano. Potendosi così trovare in una situazione di *apparente* libertà complessiva ma che di fatto, pur non proibendo di fare qualcosa legalmente riconosciuto, ne limita la libertà. Questo per dire, ancora una volta come nelle nostre società gli individui vivono nel paradosso di essere lasciati largamente liberi di scegliere, ma di fatto questi vivono in estrema incapacità per ciò che riguarda la capacità di partecipare e controllare i processi di definizione di senso e dell'esperienza. Responsabile del fatto che una persona compie delle scelte rispetto ad altre. Andando oltre le funzioni realizzate dall'individuo "capacitante" (ciò che una persona è in grado di fare) e rivendicando le occasioni che non sono colte e (una possibilità di scelta tra molteplici possibilità). Per stare bene gli individui hanno bisogno inoltre di immaginare una serie di attività e prospettive di sviluppo della loro personalità che abbiano un senso (Sacco, 2002). Ciò porta a dire un "assorbimento informativo" per cui l'individuo è capace di ampliare la percezione di senso. Esperienze capacitanti che si ampliano nella produzione e consumo culturale che diviene positivo nel caso sia fortemente creativo e innovativo. *Experienced utility*, come sono definite da Daniel Kahneman premio Nobel dell'economia nel

¹⁹¹ Questo è il concetto introdotto da Amartya Sen nell'ambito della sua analisi delle *capabilities*.

2002, per spiegare il processo di formazione delle preferenze del consumatore, per cui l'esperienza umana diviene il fattore importante delle preferenze indipendente dal processo di scelta, o come scrive Porta (2005) "vistosa distorsione che affligge le economie contemporanee e che consiste in un eccesso di risorse destinate a fenomeni di *confort* (che si accompagnano in un atteggiamento passivo del consumatore) a scapito di una più adeguata destinazione di risorse a fonti di stimolo e di felicità". Spesso proprio queste scelte spingono gli individui a confrontarsi con l'inatteso (Sacco, Pedrini, 2003). Di fatto le esperienze culturali sono da intendere, come già anticipato, qualcosa in più rispetto l'istruzione e la formazione, cioè di informazioni precostituite poiché per vivere un'esperienza fino in fondo è necessario coinvolgimento e partecipazione. Nel momento in cui un individuo può inserire una propria esperienza culturale in un contesto di esperienza che ha per questo valore e significato, si trova a scegliere anche possibilità non prese in esame prima. Così è per un consumatore/cittadino inesperto che non scartava possibilità perché sconosciute. Come nel caso di prodotti culturali elitari, complessi e sofisticati, incontrano un pubblico esiguo perché gli altri non sono messi nelle condizioni di compiere quel processo di acquisizione e competenze, di motivazioni, così la mancanza di partecipazione, letta attraverso gli occhi delle capacitazioni di Sen, si può maggiormente legare a una mancanza di libertà di scelta che limita la crescita economica. Le nuove competenze, combinazioni tra il vivere esperienze culturali capacitanti e l'espandere le libertà positive, dà luogo ad *acquisizioni di nuove competenze*, rappresentate da capitale culturale, simbolico, identitario. Solo le società in grado di dotarsi di questi capitali "per sostenere la innata propensione degli individui a vivere esperienze culturali di stimolo alla creatività potranno competere sulla scena dell'innovazione" (Sacco, Segre, 2006). Ciò a dire che per accorciare le diseguaglianze si può attivare un meccanismo di sostenibilità tra la domanda e l'offerta di consumo/produzione attraverso l'acquisizione di conoscenze e competenze. Un circolo virtuoso di pratiche e conoscenze che permette di ponderare eventualmente le migliori scelte di consumo responsabile. Un segmento di consumatori "sofisticati" tendente ad ampliarsi nella sua dimensione creativa inglobante, soprattutto nell'atto dell'informare attraverso la Rete sociale, accrescendo le esperienze culturali capacitanti. Un circolo virtuoso della Responsabilità culturale che vuol dire una condivisione di norme, valori, dell'idea di bene comune (come nel caso italiano del già citato referendum sull'acqua che ha visto una consapevolezza attraverso i media sociali, a somma della contingente esplosione in Giappone della centrale nucleare, ha permesso una presa di coscienza dell'importanza che l'acqua rimasse un bene imprescindibile e dunque della rilevanza dell'atto in sé di esprimere il proprio voto). Una partecipazione dunque accresciuta da consapevolezza e da nuove forme di interazione e dialogo. Una responsabilità che da individuale trova miglior definizione nell'idea di essere condivisa, che trova espressione pratica in nuovi stili di vita consapevoli, responsabili e per tanto sostenibili. Una circolarità di pratiche creative capaci di attivare una mutua condivisione di conoscenza e condivisione di informazioni e obiettivi capaci di unire una moltitudine nel cerchio della partecipazione.

Sulla base delle riflessioni e delle teorie di riferimento sinora tenute in considerazione la proposta diviene quella di un modello che si sviluppa intorno a quattro concetti intersecanti e interdipendenti. In cui la cultura è intesa in una visione ampia di capability concettualizzate da Armatya Sen.

Le 4C del Modello



Cultura (presa coscienza/informazione) ↔ Coadesione (affiliazione) ↔ Co-partecipazione (organizzazione) ↔ Corresponsabilità (azioni collettive) ↔ Culturability

❖ *Cultura*: intesa come strumento di “libertà effettiva”, di scelta individuale per interpretare e leggere correttamente le prospettive essenziali che vengono proposte. Per superare possibilità di sostenere i processi di percezione di senso che portano alla conquista delle libertà positive, e la conseguente assegnazione di nuovi valori economici da parte degli individui, per superare le disuguaglianze culturali ed economiche, passando attraverso la produzione culturale ad alto contenuto innovativo e creativo, che gli individui percepiscono come tali per

espandere le proprie prospettive di senso: tali da poter dare un significato alla propria esistenza (Sacco, 2002).

❖ *Co-adesione*: inseguendo un sogno comune, un obiettivo identificabile e condiviso da quanti aderiscono, attori che sentono incarnarsi non solo nell'idea e ideale del contenuto ma che ritengono l'obiettivo plausibile e giusto da perseguire. L'individuo, in quanto consumatore, va oltre quell'enfasi edonistica di consumismo dettata dalla creazione fantastica del significato dei beni da parte del soggetto, oltre quel desiderio "romanticistico" (Campbell, 1987) capace di tradurre in realtà i piaceri creati e goduti nell'immaginazione, di quella creazione di illusioni individuali, avendo già abitato e portato, con il proprio comportamento, il "castello di sogni romantici" nella "gabbia di ferro della necessità economica"¹⁹², si appresta ora ad *illuminarlo*. Criticando razionalmente, gli attori co-aderenti si muovono partecipando tutti insieme.

❖ *Co-partecipazione*: attraverso l'importante presa di coscienza e responsabilità capace di mettere in luce che azioni e contenuti sono importanti per la buona riuscita dell'obiettivo/sogno prefissato, avendo ancor prima consapevolezza del tema sollevato e delle necessità che ad esso si legano. La Rete diviene il luogo deputato al cambiamento dell'idea di partecipazione, come dell'utilità della conoscenza intesa come informazione condivisa. Oltrepassando l'idea che si era diffusa non più in là del passato Novecento, secondo cui l'attivismo politico era quello del partito che veniva rappresentato dai media di massa e che forniva una rappresentazione di partecipazione fittizia dei cittadini. Ciò perché il partito di certo non era in grado di rappresentare in piazza la moltitudine di cittadini.

❖ *Corresponsabilità*: La Rete ha permesso di dar voce a cittadini-consumatori che attraverso la propria attiva partecipazione riformulano le linee di azione attraverso un'autorappresentazione che sfocia in forme di consumo consapevole, di una responsabilità condivisa da parte dei cittadini-consumatori che hanno sposato un universo valoriale, di contro narrazione alla narrazione, per promuovere percorsi di autoregolamentazione nell'ottica del bene comune, in cui ognuno assume in sé la propria parte in base alle proprie funzioni ed alle proprie competenze. Una corresponsabilità condivisa che vuol dire partecipazione, beni comuni, cittadinanza attiva, co-progettazione, condivisione, legame sociale, processi di moralizzazione, dono, scambio simbolico, riduzione della forbice sociale delle disuguaglianze, che si realizza nella relazione tra Stato-mercato-società civile-cittadini

❖ *Cultura/pratiche*: Una moltitudine di consumatori/cittadini uniti in un rapporto orizzontale, dal basso, che lasciano la via della responsabilità individuale per muoversi verso una responsabilità condivisa, apprendendo e organizzandosi attraverso la Rete, coaderendo e compartecipando corresponsabilmente su temi che ritengono rilevanti avendo preso coscienza dell'ambiente e delle sue problematiche, per poi ritrovarsi nella *real life* per rafforzare le proprie azioni

¹⁹² Cfr. Campbell C., (1987), *L'etica romantica e lo spirito del consumismo moderno*, Edizioni lavoro, Roma; Parmigiani P., (1997), *Consumo e identità nella società contemporanea*, Franco Angeli, Milano

dotate di senso. Cittadini/consumatori consapevoli, che attraverso le proprie pratiche, ricostruiscono la cultura per divenire gli “eroi” globali.

CAPITOLO SETTIMO

STRUMENTI D'INDAGINE ETNOGRAFICI

Comparazione di casi studio:

Rai per una notte, *Indignados*, *Occupy Wall Street*

*Lentamente muore chi abbandona un progetto prima di iniziarlo,
chi non fa domande sugli argomenti che non conosce,
chi non risponde quando gli chiedono qualcosa che conosce.*
(Pablo Neruda)



Le idee migliori vengono da una folle e razionale follia
(Erasmus da Rotterdam)

7.1 Ipotesi e Metodologia della ricerca: l'etnografia digitale dalla cassetta degli attrezzi

Le **ipotesi** iniziali, per cui mutazioni significative erano osservabili sui piani individuale, relazionale, sociale, sono state avvalorate dalle prime indagini di sfondo quantitative che hanno dato senso all'intuizione iniziale. Il web è cambiato progressivamente ma soprattutto sono mutati i fruitori della Rete, come scriveva, già nel 2005, Tim O'Reilly nell'articolo "*What is web 2.0?*". Indicando alcuni *upgrade* concettuali che caratterizzano il passaggio da quello che era il web 1.0.

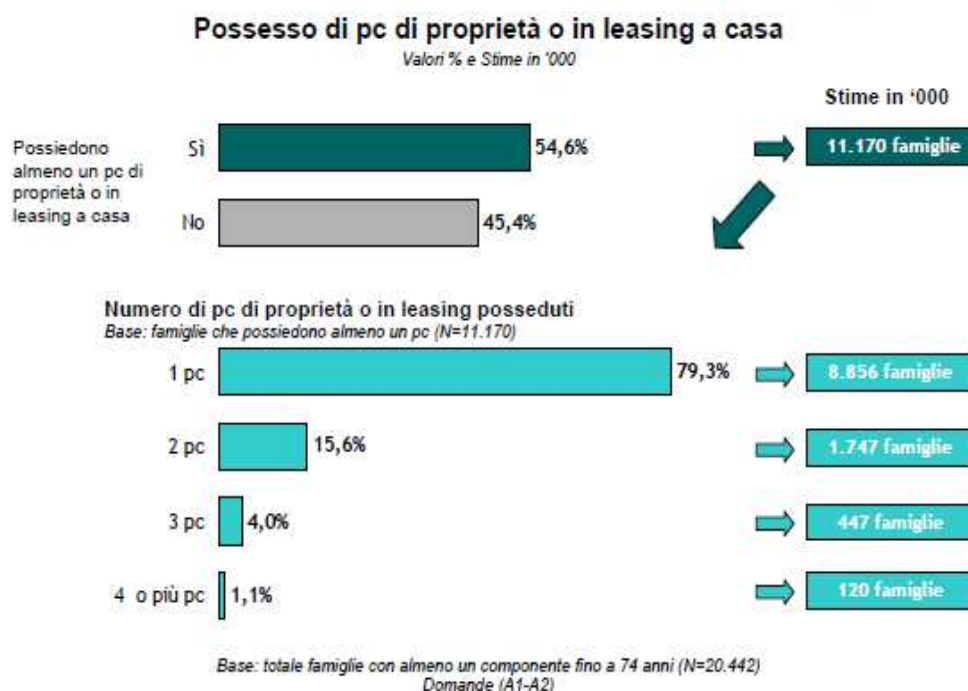
Web 1.0		Web 2.0
DoubleClick	-->	Google AdSense
Ofoto	-->	Flickr
Akamai	-->	BitTorrent
mp3.com	-->	Napster
Britannica Online	-->	Wikipedia
personal websites	-->	blogging
evite	-->	upcoming.org and EVDB
domain name speculation	-->	search engine optimization
page views	-->	cost per click
screen scraping	-->	web services
publishing	-->	participation
content management systems	-->	wikis
directories (taxonomy)	-->	tagging ("folksonomy")
stickiness	-->	syndication

Il web 2.0¹⁹³, nella possibilità che offre di creare relazione, di mettere in connessione i vissuti di persone nelle differenti parti del mondo, in cui poter

¹⁹³ Theorizing the web, in particolare Nathan Jurgenson cercano di ragionare su una "realtà aumentata", per rimarcare come vivere on line e off line sono mondi che si compenetrano e su cui non si può porre una reale distinzione.

descrivere un mondo privo di filtri, diviene il luogo in cui si assiste ad una sintesi informativa/comunicazionale per una nuova conoscenza, ove “il sapere e la vita sperimentano percorsi diversi” (Boccia Artieri, 2004), nei media sociali. Osservando come l'opzione dei pubblici connessi fosse fortemente critica e solidale su tematiche di comune interesse, ho iniziato col chiedermi *perché* i new media, nella possibilità che offrono di consumare e produrre contenuto, stavano assumendo così tanto spessore nella costruzione di dibattito pubblico tra cittadini stretti dalla morsa di una crisi sistemica e globale. Nell'ipotesi che le crisi valoriali, che hanno prepotentemente fatto il loro ingresso nella società globale, non trovano più soluzioni nelle tradizionali forme di rappresentanza istituzionale (che un tempo si facevano carico delle istanze dei cittadini), si è osservato come tali istanze sono sempre più frutto di cittadini/consumatori, nella liquidità dei ruoli e dei contenuti (Bauman, 2008), di una cittadinanza tesa oggi a farsi autoportatrice del bene comune. Nell'obiettivo di una nuova partecipazione che, lasciando la rappresentazione democratica tradizionale, fa leva sul mercato attraverso azioni responsabili tese ad un consumo critico di beni principalmente immateriali. Un perché rafforzato da un'analisi di sfondo quantitativa che mette in risalto il sempre maggior consumo digitale degli italiani. Il report trimestrale di Audiweb (AW Trends) già nel 2008 evidenziava come la percentuale dei consumatori fosse una curva ascendente. La Ricerca di Base sul consumo digitale degli italiani sui 4 cicli di interviste nel 2008 (realizzata da Audiweb in collaborazione con DOXA), già per l'arco temporale di aprile-dicembre 2008, presentano una popolazione italiana con accesso a Internet abbastanza evoluta sia in termini socio-demografici, che nelle modalità di accesso ad Internet da qualunque luogo (casa, ufficio, studio e altri luoghi) e con un dispositivo *device*, con una particolare “preferenza per l'accesso da casa” il 49,6% della popolazione, “soprattutto per gli studenti universitari” 88,2% (nelle prime due fasce di età: 11-17 anni il 62,7% e 18-34 anni il 61,6%, con percentuali significative anche tra gli individui in cerca di prima occupazione 46,6%)¹⁹⁴. Da questa ricerca emerge, inoltre, come siano 11.354 milioni di famiglie che possiedono almeno un computer di proprietà o in leasing (il 21,5% delle quali ne possiede più di uno) – oltre la metà delle famiglie italiane che “rappresenta un grosso potenziale per l'audience di Internet”. Il 45,7% delle famiglie italiane dichiaravano di avere già nel 2008 un accesso da casa attraverso qualsiasi strumento, presentando anche una maggiore disponibilità al *device* tecnologico: oltre dunque a Tv tradizionale (96,2% delle famiglie con accesso ad Internet), a telefono fisso (93,7%), il 33,3% possiede una console giochi, il 32,4% di tv satellitare e così via. L'accesso ad Internet, in generale da “qualsiasi luogo e da qualsiasi strumento” è ben distribuito sia tra gli uomini (62,2%) che tra le donne (54,9%) di tutte le fasce di età.

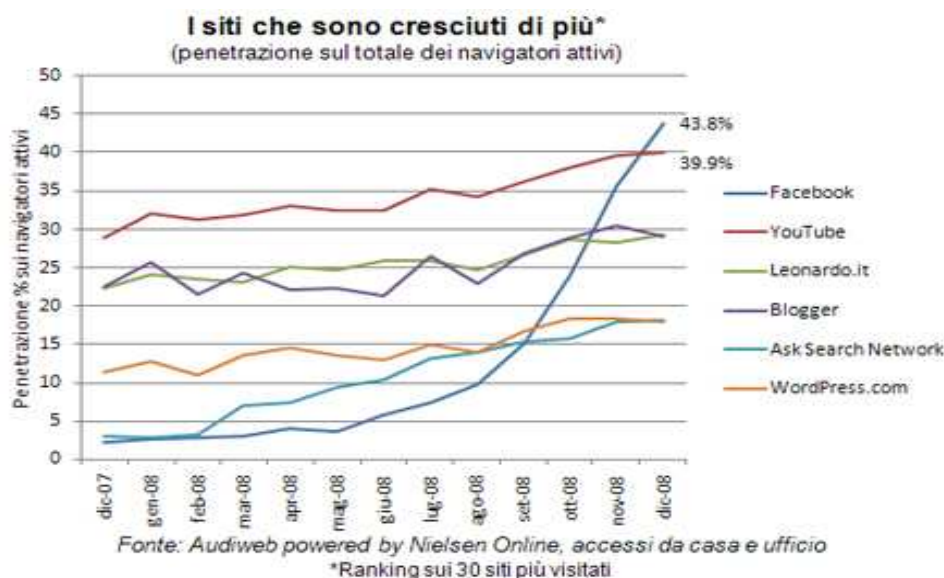
¹⁹⁴ Questa Ricerca di base, di tipo quantitativo, svolta da Audiweb è stata compiuta su un campione teorico nel 2008, attraverso 7200 interviste *face to face* con estrazione dei nominativi dalle liste elettorali, suddivise in 4 cicli trimestrali di 1800 casi ciascuno – sul campione della popolazione italiana residenti (individui di 11-74 anni). Per un totale interviste complessive pari a 7244.



Audiweb

Le analisi sullo scenario di Internet in Italia e sull'andamento della Rete, condotto da Nielsen Online ancora nel 2008 (*"News Release"*), mettono in luce come proprio il 2008 sia stato l'anno di community, blog e social network: "una tendenza che riflette la tendenza del mondo di oggi verso una crescente commistione fra on line e off line, tra vita pubblica e vita privata, tra lavoro e amicizia". Mettendo a confronto la classifica delle categorie più visitate nel mese di dicembre 2008 con quelle del precedente anno (2007), Nielsen riporta la stabilità alle prime posizioni nell'uso di motori di ricerca e portali di contenuti generalisti, "mentre le community strappano il terzo posto alle e-mail"¹⁹⁵.

¹⁹⁵ Si legge sul report di Nielsen Online, il commento di Ombretta Capodoglio (Marketing Manager Nielsen Online) "Dopo avere soppiantato le vecchie lettere, e in parte il telefono, le e-mail sembrano ora perdere gradualmente l'esclusiva come mezzo per tenersi in contatto con persone lontane, a tutto vantaggio dei social network, che consentono – oltre allo scambio di messaggi testuali – di chattare, condividere foto, video, interessi e altro ancora". Cfr. <http://www.nielsen-online.com>



Rispetto ai dati del 2008 di Audiweb quelli 2012, sempre di Audiweb, evidenziano come le audience on line di gennaio siano in crescita del 7%, registrando 27,7 milioni di Italiani collegati a internet tramite computer almeno una volta nel mese. Nel giorno medio sono online 13,4 milioni di utenti attivi, (+6,2% rispetto a gennaio 2011), che hanno consultato in media 165 pagine per persona collegati per 1 minuto e 23 secondi.

Internet Audience (Incluse internet applications)			
	gen-12	gen-11	variazione % gennaio 2012 / gennaio 2011
Popolazione (.000)	54.661	54.711	-0,1%
Utenti connessi a internet (.000)	39.440	36.974	6,7%
Utenti attivi nel mese (000)	27.658	25.849	7,0%
Utenti attivi nel giorno medio (000)	13.362	12.583	6,2%
Tempo speso nel giorno medio - per persona (h:m)	1:23	1:40	-16,9%
Pagine viste nel giorno medio per persona	165	201	-17,5%

Fonte: Audiweb Database, dati gennaio 2012 - Audiweb powered by Nielsen

Nel giorno medio risultano online 7,3 milioni di uomini (il 26,8% della popolazione di riferimento) e 6 milioni di donne (il 22% della popolazione di riferimento), principalmente 35-54enni (il 46,4% degli uomini online e il 48,4% delle donne online) e prevalentemente dalle aree geografiche Nord Ovest e Sud - Isole (entrambe con il 29,9% degli utenti attivi nel giorno medio). I giovani tra i 18 e i 24 anni rappresentano la fetta di popolazione online più attiva: sono 1,3

milioni, il 9,7% degli utenti nel giorno medio, restano online in media per 1 ora e 44 minuti al giorno e consultano 238 pagine per persona¹⁹⁶.



Utenti attivi, pagine viste e tempo speso nel giorno medio, per fasce d'età							
	2-10 anni	11-17 anni	18-24 anni	25-34 anni	35-54 anni	55-74 anni	Oltre 74 anni
Utenti attivi nel giorno medio (000)	229	819	1.297	2.558	6.324	2.061	75
% sugli utenti attivi nel giorno medio	1,7%	6,1%	9,7%	19,1%	47,3%	15,4%	0,6%
Pagine viste nel giorno medio per persona	66	180	238	182	158	131	66
Tempo speso nel giorno medio per persona	0:45	1:15	1:44	1:32	1:21	1:13	0:47

Fonte: Audiweb Database, dati gennaio 2012 - Audiweb powered by Nielsen

Nella comparazione grafica dal 2009 al 2011 si può notare come si sia diffuso un social network quale Facebook, ma non solo.



La ricerca di Anderson Analytics del 2009 cerca di capire se esista una differenza generazionale nell'uso dei social network: emerge che per molti i social network divengono un modo per "rimanere in contatto con i propri amici"

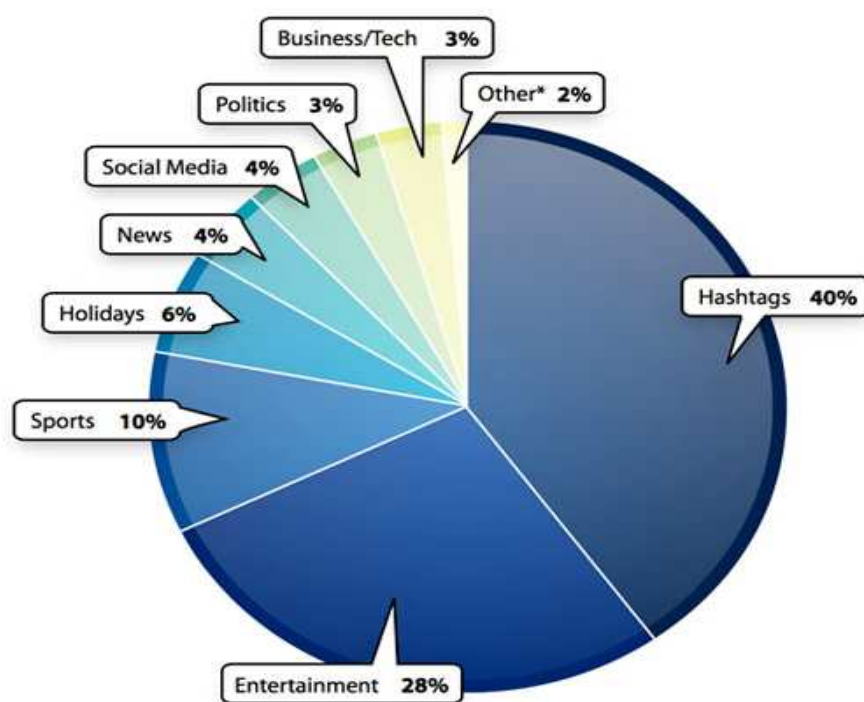
¹⁹⁶ Legenda: utenti attivi nel giorno medio (*Reach Daily*) = fruitori per almeno un secondo del mezzo (Brand/Channel)

nel giorno medio del periodo selezionato. Utenti attivi (*Reach*) = fruitori per almeno un secondo del mezzo nell'intero periodo di durata della rilevazione. Connessi: individui che hanno accesso potenziale a Internet. Cfr. Audiweb, 29 febbraio 2012, "Audiweb pubblica i dati di audience online del mese di gennaio 2012".

e “per divertimento”, mentre i meno giovani sottolineano anche la volontà di “rimanere in contatto con la famiglia”.

Un altro social network altrettanto popolato è Twitter. Il report con i dati della Twittersfera aggiornati al Febbraio 2011, fa emerge l'aumentata consapevolezza da parte degli *users* delle potenzialità di questo strumento e, ovviamente, la sua maggior diffusione. Il 46% degli utenti attivi, inoltre, accede a Twitter tramite mobile e ben il 16% di tutti i nuovi utenti accede per la prima volta al servizio proprio da mobile. Sono 200 milioni gli account registrati a gennaio 2011 e 100 milioni i tweets quotidiani, inoltre è tradotto in sette lingue. Il 78% degli utenti accede alla piattaforma tramite il sito twitter.com, ma molti utenti accedono al proprio account attraverso più di una applicazione. Dal Giappone proviene il maggior numero di visite uniche, mentre la città in cui si twitta di più in assoluto è Londra.

Top Twitter Trend Categories 2010



*Other includes categories society, science, social media, gaming, weather and arts

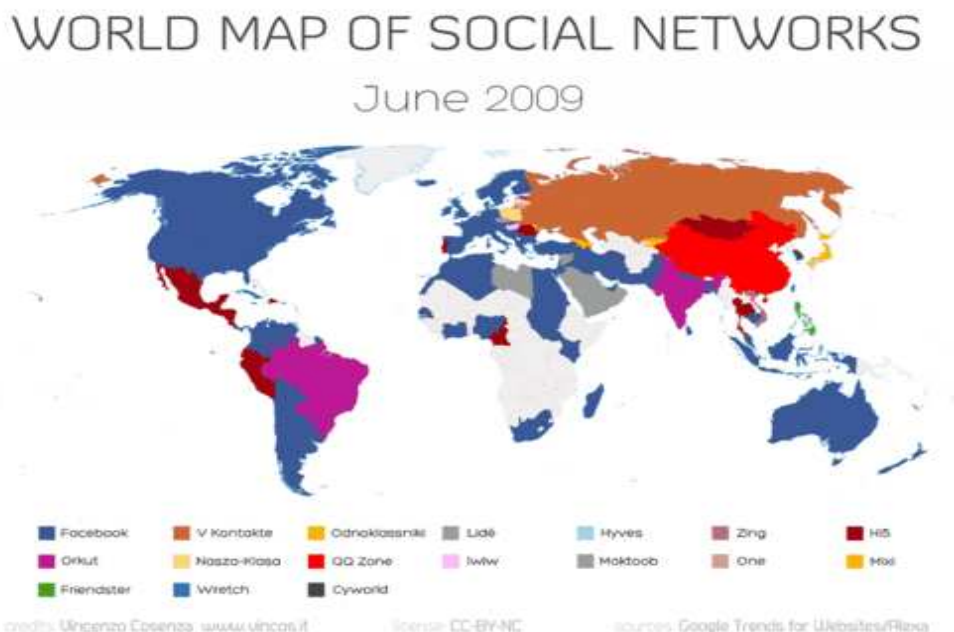


What the Trend
<http://www.whatthetrend.com>

© 2010

Mappa dei social network nel mondo – (dicembre 2009)¹⁹⁷

in *Analisi Social Media*. Tags: cyworld, facebook, friendster, hi5, hiwiw, hyves, lidé, maktoob, map, mappa, mixi, myspace, nasza-klasa, odnoklassniki, one, orkut, qq, skyrock, sns, social network, v kontakte, wretch, zing.



In 100 delle 127 nazioni analizzate Facebook è leader di mercato, in termini di visitatori e spesso anche di utenti registrati. Con oltre 350 milioni di utenti registrati, continua a guadagnare terreno nei confronti dei propri competitor in tutto il mondo. In particolare infligge alcuni duri colpi a:

Orkut in India, anche se già nel 2009 si registrava come stesse perdendo terreno in India, dove sarebbe interessante capire se si profila una divisione di classe tra gli utenti dei due player. Orkut rimane ancora il social network di riferimento in Brasile, Paraguay, Estonia.

Hi5 in Camerun, Costa Rica, Repubblica Domenicana, Ecuador, El Salvador, Guatemala, Honduras, Messico, Nicaragua. Hi5 restite ancora in Peru, Portogallo, Romania, Tailandia e Mongolia

Odnoklassniki: ma sono in Azerbaijan. Sembra che Facebook non riesca a trovare una strategia per convincere i russi a lasciare Odnoklassniki e V Kontakte.

Maktoob in Libia, Oman, Arabia Saudita e Yemen

Cyworld in Corea del Sud

Lidé in Repubblica Ceca

Skyrock in Guadalupe e Martinica

¹⁹⁷ Mappe di Vincenzo Cosenza Cfr. <http://www.vincos.it> Google Analytics ci aiuta a monitorare e gestire efficacemente la performance di un sito e rappresenta (insieme agli altri strumenti di web analytics) ormai una risorsa imprescindibile per vivere nella rete. Ma si tratta di una tecnologia e dunque è soggetto a obsolescenza e viene modificato frequentemente, se non addirittura rivoluzionato.

Nella mappa non appare l'Iran non sono completi a causa dell'allora già situazione censoria.

Reasons that US Social Network Users Joined a Social Network, by Generation, May 2009 (% of respondents in each group)

	Generation Z	Generation Y	Generation X	Baby boomers	WWII generation	Total
Keeping in touch with friends	93%	82%	71%	62%	57%	75%
For fun	91%	61%	51%	38%	30%	55%
Keeping in touch with family	27%	40%	40%	47%	51%	41%
Was invited to use the site by someone I know	22%	22%	30%	46%	60%	30%
Keeping in touch with classmates	39%	40%	27%	12%	10%	30%
Keeping in touch with business network	-	3%	6%	12%	2%	5%
Job searching	-	3%	4%	10%	1%	4%
Business development/sales	-	1%	6%	4%	4%	3%
Recruiting/searching for information on new hires	-	1%	1%	0%	0%	1%
Other	6%	3%	5%	3%	5%	4%

Note: n=1,000

Source: Anderson Analytics, "Social Network Service (SNS) A&U Profiler," provided to eMarketer, July 13, 2009

105477

www.eMarketer.com

Le differenze, sottolinea la ricerca, si notano quando viene chiesta una preferenza tra i diversi social network. I giovani della Generazione Z (13/14 anni) e Y (15-29 anni) usano MySpace e Facebook, snobbando Twitter. Gli appartenenti alle vecchie generazioni gradiscono soprattutto Facebook, non disdegnano Twitter e LinkedIn.

Social Networking Sites Used by US Social Network Users, by Generation, May 2009 (% of respondents in each group)

	Facebook	MySpace	Twitter	LinkedIn
Generation Z	61%	65%	9%	0%
Generation Y	65%	75%	14%	9%
Generation X	76%	57%	18%	13%
Baby boomers	73%	40%	13%	13%
WWII generation	90%	23%	17%	4%

Note: n=1,000; read chart as saying, 90% of social network users from the WWII generation use Facebook

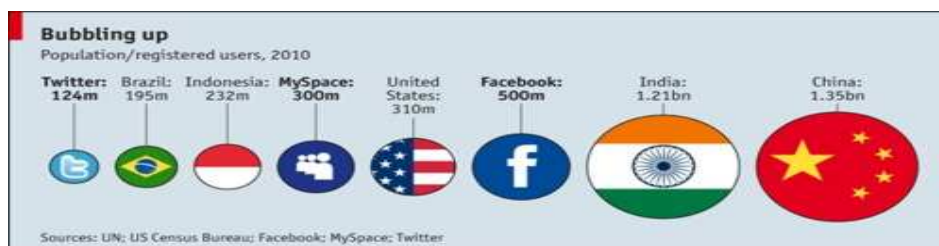
Source: Anderson Analytics, "Social Network Service (SNS) A&U Profiler," provided to eMarketer, July 13, 2009

105474

www.eMarketer.com

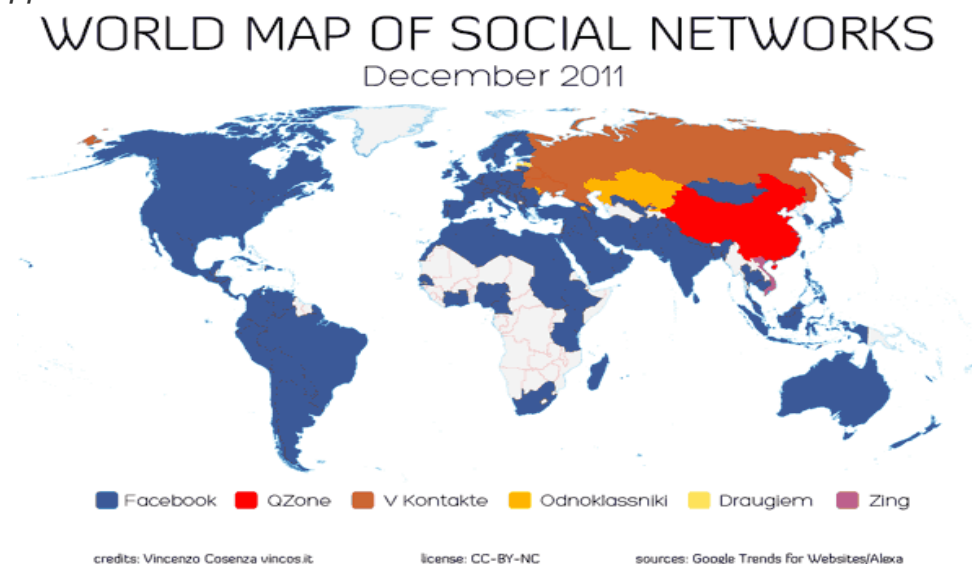
Il sociologo Dominique Cardon, responsabile della ricerca, descrive il tentativo di molti "di ampliare il loro circolo relazionale al di là del perimetro economico e culturale di partenza".

Nel 2010 la ricerca sulla densità dei social network mette Facebook al primo posto. Di seguito si può vedere una mappa di distribuzione demografica del social network:



Mappa dei social network nel mondo – (dicembre 2011)

Facebook ha superato gli 800 milioni di utenti attivi (i registrati potrebbero essere di più) ed ora è il social network più visitato in 127 paesi sui 136 (fonti confrontate: Alexa & Google Trends for Websites). Nel 2009 erano 17 i social network leader in alcuni dei paesi del mondo, ora sono solo 6, come evidenzia la mappa in basso.



Dallo scorso giugno la resa gli olandesi, da sempre legati al servizio locale Hyves, i brasiliani, affezionati ad Orkut (servizio abbandonato anche dalla casa madre Google), i giapponesi. Il Giappone, in verità, merita una considerazione a parte: gli utenti usano i social network soprattutto da dispositivo mobile, i cui dati sono difficili da ottenere. I player più importanti sono Gree, Mobage, Mixi. L'Europa è il più grande continente di utenti Facebook con 223 milioni di iscritti. Segue l'America del nord con 219 milioni, l'Asia con 201 milioni. Interessanti i sommovimenti che stanno avvenendo nei territori della ex Unione Sovietica. I due player locali, V Kontakte e Odnoklassniki, stanno competendo per la leadership. Secondo Google Trends for Websites V Kontakte starebbe prevalendo, mentre opposti sono i dati di Alexa.

- Come emerge dalla tabella in basso, compilata tenendo conto dei dati di Google Trends for Websites, Twitter prevale su LinkedIn solo in USA e UK.

In Europa il secondo posto è spesso occupato da network locali come Badoo (Austria, Belgio, Francia, Italia), Tuenti (Spagna), Hyves (Paesi Bassi), Wer-Kennt-wen (Germania).

December 2011			
Countries	SNS #1	SNS #2	SNS #3
Australia	Facebook	LinkedIn	Twitter
Austria	Facebook	Badoo	Twitter
Belgium	Facebook	Badoo	LinkedIn
Brazil	Facebook	Orkut	Badoo
Canada	Facebook	LinkedIn	Twitter
Denmark	Facebook	LinkedIn	Badoo
Finland	Facebook	LinkedIn	Twitter
France	Facebook	Badoo	Skyrock
Germany	Facebook	Wer-kennt-wen	StayFriends
India	Facebook	Orkut	Twitter
Italy	Facebook	Badoo	Twitter
Japan	Facebook	Mixi	Twitter
Netherlands	Facebook	Hyves	Twitter
Norway	Facebook	LinkedIn	Twitter
Portugal	Facebook	Orkut	LinkedIn
Sweden	Facebook	LinkedIn	Twitter
Russia	Odnoklassniki	V Kontakte	Facebook
Spain	Facebook	Tuenti	Badoo
United Kingdom	Facebook	Twitter	LinkedIn
United States	Facebook	Twitter	LinkedIn

Metodologia della ricerca: Sviluppando l'idea secondo cui, nell'affrontare il singolo problema d'indagine "con lo/gli strumenti di volta in volta più adatto/i, senza mai pensare che uno solo, come un *passerpartout*, consenta l'accesso privilegiato alla conoscenza dei fenomeni oggetto di studio" (Faggiano, 2012) – attribuendo pari dignità a ciascuno strumento scientifico senza stabilire alcuna gerarchia, ma prediligendo la disponibilità ad abbinarli in base ai bisogni emergenti (Marradi, 1993, pp. 2) – lo strumento che ho ritenuto più consono alla natura dell'indagine proposta, nelle ipotesi che lo spazio pubblico non è una realtà precostituita ma si muove in reti capaci di generare e garantire socievolezza, il social web, in cui la forza del capitale sociale assume rilevanza anche nel ripensare il cittadino/consumatore nella liquidità dei ruoli ed il concetto di cittadinanza, si è scelto uno strumento quale l'etnografia. Un paradigma importante quello etnografico, importato in Italia proprio dai ricercatori americani che indagarono qui sull'ingresso della televisione nella vita sociale, nella seconda metà degli anni Cinquanta. Anche questo paradigma ha conosciuto, almeno negli ultimi trent'anni, sulla scorta della nascita dei *cultural* e poi degli *audience* e *user studies* nel mondo anglosassone e in generale nel resto d'Europa, una nuova fortuna. Si tratta, di guardare ai comportamenti collettivi degli utenti dei media, intesi in quella che Silvestone chiamava doppia articolazione (veicoli di contenuti, ma anche apparecchiature, oggetti, parti dell'ambiente), e di svelarne il radicamento nelle identità collettive, negli stili di vita, nei comportamenti e naturalmente nella partecipazione alla sfera simbolica. Più difficile da mettere a fuoco è quell'area grigia che ha visto la sociologia confrontarsi con i prodotti culturali, ivi compresi quelli mediatici. Un taglio di certo antropologico al fine di esplodere un progetto conoscitivo per cui si è reso importante studiare le pratiche quotidiane di produzione culturale degli utenti di social media (ovvero le visioni del mondo condivise, i sistemi di significato condivisi, le rappresentazioni dell'identità condivise). Ci sono diverse etichette usate nel descrivere il programma metodologico: etnografia virtuale (Hine 2000), etnografia dell'Internet (Miller, Slater 2001), etnografia della rete

(Howard 2002) o etnografia digitale (Murty 2008). L'etnografia, come stile di ricerca qualitativa, è fondata su un'osservazione diretta e prolungata, che ha come scopo la descrizione e la spiegazione del significato delle pratiche degli attori sociali (Giglioli *et al.* 2008, p. 1).

L'etnografia prescrive che la comprensione di una popolazione debba avvenire a partire dall'osservazione e dalla partecipazione diretta alle pratiche quotidiane attraverso cui gli attori sociali costruiscono e ricostruiscono la cultura, negli spazi e nei tempi precisi di tale processo costruttivo. Per tanto ho partecipato on line ad Occupy Wall Street, ho preso parte all'appuntamento nelle piazze mondiali (precisamente a Piazza Maggiore) con gli *Indignados*, seguendo in prima persona Rai per una notte, testimone della chiusura di un programma quale *Anno Zero*. Integrando metodologie quantitative (attraverso dati desk, di sfondo), integrate a quelle qualitative e comparative che permettono di approfondire diversi aspetti della partecipazione online, che si configura come fonte di sfida ed influenza nei confronti delle istituzioni democratiche ma anche come fattore di adattamento delle stesse, fornendo così un contributo rilevante al dibattito sulle forme e sulle dinamiche della politica online. Per quanto scandagliare l'abisso della Rete è stato oggetto, negli ultimi anni, di diversi studiosi che si sono interrogati sullo strumento metodologico adatto ad analizzare il world wide web e in particolare i social media, questa ricerca ha tenuto conto del taglio metodologico che si può ripercorrere dal Centro studi di "Etnografia digitale"¹⁹⁸. Una specifica metodologia applicativa, la (n)etnografia, definita così dall'antropologo Robert Kozinets¹⁹⁹, il quale la applica sia al campo della *Consumer Culture Theory* (CCT) che a quello del Marketing Tribale (Cova 2003; Cova, Giordano, Pallera 2007). L'uso dunque di un metodo di matrice antropologica, cioè il metodo (n)etnografico, dell'antropologo Robert Kozinets che intende, con tale strumento, individuare "un'etnografia adattata alla complessità del mondo sociale contemporaneo". Un metodo di analisi antropologica in grado di fornire una via d'accesso privilegiata alla comprensione della "vita al tempo della cultura tecnologicamente mediata"²⁰⁰. La netnografia si occupa di studiare le pratiche quotidiane di produzione culturale degli utenti della Rete laddove esse si dispiegano: sui social media. La (n)etnografia è un metodo "ibrido e multi metodologico" nel quale si usano, in modo combinato, varie tecniche di ricerca "osservazione diretta, community on line, focus group digitali, interviste" (con possibilità di somministrazione varie: dirette, per e-mail, chatroom, survey e altre). Ciò per avere una conoscenza integrata della realtà sia on line che off line. (N)etnografia come trasposizione della etnografia a livello digitale. Come questa si fonda su un'osservazione diretta e prolungata, "che ha come scopo la descrizione e la spiegazione del significato delle pratiche degli attori sociali"

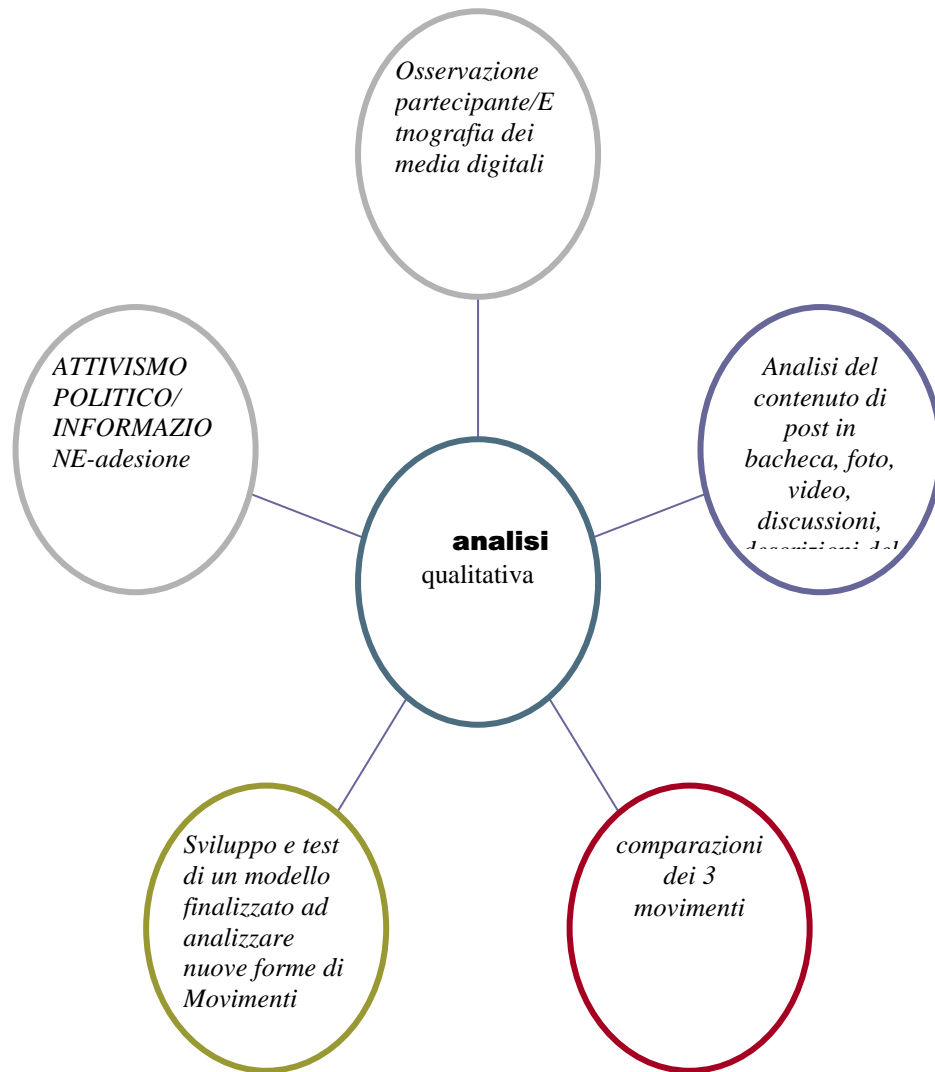
¹⁹⁸ Cfr. www.etnografiadigitale.it, Centro Studi di Etnografia Digitale; Netnografia, Web Tribe, Social Media, Discorso, Cultura e Societing :il Manifesto teorico-metodologico del Centro Studi Etnografia Digitale

¹⁹⁹ R. V. Kozinets, *Netnography: The Marketer's Secret Weapon. How Social Media Understanding Drives Innovation*, March 2010, http://info.netbase.com/rs/netbase/images/Netnography_WP.pdf.

²⁰⁰ R. V. Kozinets, *Netnography: The Marketer's Secret Weapon. How Social Media Understanding Drives Innovation*, March 2010, http://info.netbase.com/rs/netbase/images/Netnography_WP.pdf

(Giglioli *et. al.*, 2008, p. 1). Una ricerca che parte dalla comprensione attraverso un'osservazione e compartecipazione delle pratiche di vita quotidiane, attraverso cui attori sociali (ri)costruiscono la cultura in spazi e tempi stabili nel processo. Studiando le pratiche quotidiane della produzione di cultura degli utenti della Rete, nei social media.

		ENRICHIMENTO	
	Osservazione partecipante	Analisi del contenuto (post in bacheca, foto, video etc.)	Mobile
Occupy Wall Street	adesione/partecipazione/	<i>Occupy Wall Street is a people powered movement that began on September 17, 2011 in Liberty Square in Manhattan's Financial District, and has spread to over 100 cities in the United States and actions in over 1,500 cities globally.</i>	Informazione/Azione/Attivismo Politico/
Indignos (spagnoli)	adesione/partecipazione/	<i>Varios miles de personas se concentraron ayer en la plaza de Catalunya [...] los indignados ensordecieron con su ruido los alrededores. La protesta se extendió incluso a los balcones [...] eran más de 7.000. La Guardia Urbana los cifró en 800 [...] La protesta se repitió en distintos puntos de Cataluña [...]. De Democracia Real YA se recortaron e organizaron las protestas, si se difundió subito diversi hashtag tra cui #spanishrevolution che ha portato alla nascita di hashtag #tidiane revolution</i>	Informazione/Azione/Attivismo Politico/
Ri riprenotate	adesione/partecipazione/	<i>Più di 125 mila accessi contemporanei su riprenotate in streaming. Grazie a tutti voi abbiamo creato il più grande evento web della storia italiana [...]. Il flusso di messaggi via Twitter (hashtag: #riiprenotate) ha segnato il "peso" dell'evento: 4000 tweet all'ora, dall'estero si chiedono cosa stia accadendo qui #riiprenotate [...] (per l'Iran si è sui 3-4000 per i catalismi tipo Hiti o Cle si sono di 5000 agli 8000).</i>	Informazione/Azione/Attivismo Politico/



7.2 La Consumer Culture Theory

Consumer Culture Theory sono prospettive teoriche per capire “le relazioni dinamiche tra atti di consumo, mercato e significati culturali” (Arnould, Thompson, 2005, p.868). L’etnografia prescrive che la comprensione di una popolazione debba avvenire a partire dall’osservazione e dalla compartecipazione diretta alle pratiche quotidiane attraverso cui gli attori sociali costruiscono e ricostruiscono la cultura, negli spazi e nei tempi precisi di tale processo costruttivo; allo stesso modo la netnografia si occupa di studiare le pratiche quotidiane di produzione culturale degli utenti della Rete laddove esse si dispiegano: sui social media. la CCT esplora l’eterogenea distribuzione di significati e la molteplicità delle sovrapposizioni culturali che esistono all’interno di un più ampio frame storico sociale della globalizzazione e del capitalismo di

mercato. In questo modo la cultura di consumo delinea una particolare architettura in cui le relazioni tra cultura vissuta e risorse sociali, e tra stili di vita dotati di significato e risorse materiali e simboliche da cui questi dipendono, sono mediati attraverso il mercato. La (n)etnografia si impegna dunque della visione del mondo condivisa da una determinata web tribe e il modo da essa condiviso di rappresentarsi in quel mondo. In particolare la cultura tribale tende a caratterizzarsi per una visione condivisa dell'identità, che i membri della stessa costruiscono a partire da manipolazioni simbolico-linguistiche dei *brand*/prodotti di cui discutono e attorno ai quali si aggregano. Il tool principale da noi utilizzato per accedere ad una produzione culturale che si caratterizza nel modo suddetto è quello della narrazione di sé. Per come le intendiamo noi, si hanno narrazioni di sé ogni qual volta gli utenti della Rete utilizzano un determinato prodotto o Brand come "pretesto" per dare corso ad un racconto di sé e delle proprie esperienze individuali. Il tool principale da noi utilizzato per accedere ad una produzione culturale che si caratterizza nel modo suddetto è quello della narrazione di sé. Per come le intendiamo noi, si hanno narrazioni di sé ogni qual volta gli utenti della Rete utilizzano un determinato prodotto o *brand* come "pretesto" per dare corso ad un racconto di sé e delle proprie esperienze individuali.

Internet segna il tramonto cognitivo delle categorizzazioni dicotomiche, e del mondo fenomenico che da quelle categorie scaturiva: reale/virtuale, vero/falso, pubblico/privato, globale/locale, vero Sé/falso Sé, Sé unico/Sé molteplice. Soprattutto le *performance* permesse dalla Rete, in cui si può assistere ad una scrittura multivocale, fatta di suoni, immagini, simboli, una scrittura fluida, infinitamente soggetta a riproduzione e revisione, che veicola in sé il messaggio della società. Danah boyd, *social media researcher di Microsoft*, delinea i caratteri di un sito di social networking: costruire un profilo pubblico e semi-pubblico attraverso cui instaurare relazioni; usare la piattaforma per articolare liste di contatti con cui condividere una connessione; condividere con altri i propri personali contatti. Queste funzionalità che costituiscono la base di qualsiasi piattaforma di social networking, si legano alla dimensione metaforica. Di fatto la metafora fondamentale che comprova l'esistenza di un sito di social networking è quella di luogo, ossia di uno spazio in cui le persone possono incontrarsi e le cui peculiarità modellano le strategie di relazione sociale tra gli individui. Ogni sito di social networking esprime un particolare tipo di metafora che rimanda a specifici spazi sociali, permettendo agli utenti di orientarsi all'interno delle multi possibilità di comunicazione che le piattaforme mettono a disposizione, riuscendo ad orientarsi nell'uso delle diverse applicazioni. Davide Bennato, dell'Università di Catania, sostiene che "nel corso della nostra vita, viviamo gli spazi fisici come spazi sociali con determinate caratteristiche. Per esempio, la cameretta è uno spazio in cui l'adolescente costruisce la propria identità, l'ufficio è uno spazio sociale in cui si perfezionano gli elementi relativi all'identità lavorativa e professionale, mentre il caffè è uno spazio sociale in cui costruire e gestire relazioni lungo tutto l'arco della nostra vita". Riprendendo la metafora di ricerca di un social media come Twitter, si può dire che la *tag* #social networking, pone l'accento su come le Reti intessono, non solo la trama delle informazioni scambiate, ma una nuova socialità. Una mutazione

antropologica che riguarda non solo la nuova generazione, ma interi assetti del sistema produttivo, la capacità di comunicare. Per tanto il concetto di comunicazione proprio con i social media supera anche le logiche pervasive dei mass-media per acquisire quella partecipativa degli utenti da non considerare più solo consumatori. Partendo dall'ipotesi che lo spazio pubblico non è mai una realtà precostituita ma capace di generare socievolezza, l'approccio verso la società dell'Informazione è di verificare se può diventare il nuovo spazio pubblico, quello di una "*polis*" pratica di informazioni prodotte dall'azione degli uomini che vivono e usano la rete come opportunità di relazione. L'evoluzione del web, i blogging ed i siti non specializzati producono/consumano/producono informazione attraverso l'approccio interattivo, esprimendo il loro diritto-dovere di cittadinanza. Condivisione dello spazio pubblico rappresentato dalle reti: l'infrastruttura della società in divenire. L'utente della società dell'informazione porta con sé, dentro la rete globale, la dimensione locale della propria soggettività e della propria comunità, per dare forma alla coscienza dinamica della propria partecipazione attiva. Una cultura digitale, social networking, che si attua nell'assetto generale della *res pubblica*, è per questo che diviene interessante lo sguardo alle nuove generazioni. Soggetti attivi di una socialità nuova, che si attua nella figura del *prosumer*, il produttore-consumatore d'informazione. Strategia di comunicazione pubblica che sollecita il desiderio di mettersi in gioco, di partecipare sull'onda multi-stakeholder (molteplici portatori di interessi).

L'indagine che si è sviluppata di tipo quali-quantitativo ha tentato di analizzare come le strutture sociali tendono a riprodursi e ad essere più evidenti online, anziché sparire. All'inizio, quando Facebook faceva il suo ingresso nell'Universo Rete, esso si intendeva adottato dai bianchi ben educati e abbienti di Harvard, poi popolatosi dei "più bravi del college", mentre un social network come MySpace era letto come il "ghetto" dei gruppi ispanici e di colore, emarginati dalla società. I dati comparativi supportano l'ipotesi che non esiste una sola uniforme sfera pubblica, ma tante quanti sono i diversi tipi di pubblici connessi.

7.3 La web tribe oggetto d'indagine

La web tribe è un aggregato comunicativo, o meglio è un flusso di comunicazione, prodotto da particolari nodi delle Rete, con specifiche capacità di produzione culturali. Flussi di comunicazione da cui emergono le visioni del mondo nella condivisione d'identità, un aggregato comunicativo, o meglio è un flusso di comunicazione che scorre e viene prodotto da particolari nodi delle Rete, per cercare il senso di immagini. Focalizzandosi sulle "pratiche di consumo", su brand e prodotti, la (n)etnografia permette di "visualizzare" i canali attraverso cui scorre il flusso affettivo degli utenti della rete, circoscrivendo un bacino navigabile, nel quale divenga possibile articolare delle interpretazioni socio-antropologiche significative. Uno strumento che incontra il ricercatore nel

decomplessificare la complessità del mondo affinché esso diventi semi-comprensibile. Studiando il flusso di comunicazione che si catalizza intorno al “brand” *Occupy Wall Street* o *Indignados* oppure Rai per una notte. Individuando del flusso comunicativo, nella metafora e identità. “Visualizzare” i canali attraverso cui scorre il flusso affettivo all’interno del quale divenga possibile articolare delle interpretazioni socio-antropologiche significative. Un costume narrativo condiviso da una web tribù, quando si parla di produzione culturale in Rete; costume di processi collettivi e non scelte di singoli individui. Una visione condivisa dell’identità, che i membri della stessa costruiscono a partire da manipolazioni simbolico-linguistiche dei brand/prodotti di cui discutono e attorno ai quali si aggregano. A sua volta, per “visione condivisa dell’identità” è da intendersi una serie di “prescrizioni” discorsive (ovvero implicite) sulla soggettività: chi dovrebbe e non dovrebbe essere, cosa dovrebbe fare o non fare il “membro legittimo” del gruppo entro cui tale rappresentazione viene articolata (Kozinets 2001).

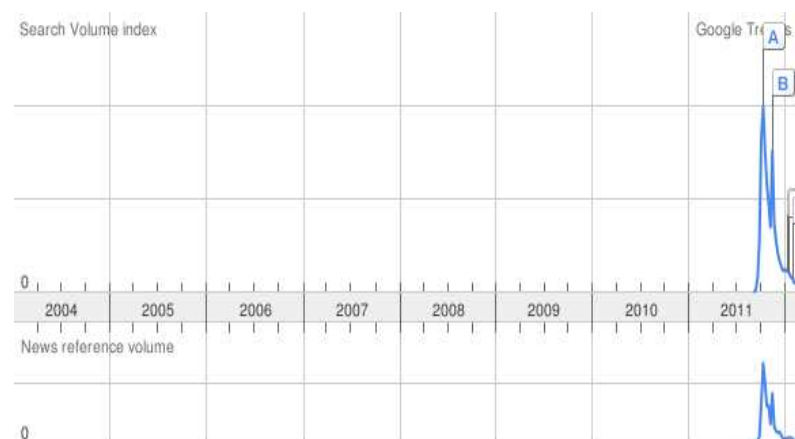
L’analisi del discorso è un modo particolare di rappresentare determinate porzioni di mondo (fisico, sociale, psicologico, etc) riconoscendo discorsi alternativi spesso in competizione tra loro, associati a differenti gruppi sociali che occupano differenti posizioni sociali. I discorsi differiscono rispetto a come gli eventi vengono rappresentati: Il “discorso” come un nome che può essere riferito al plurale, sono modi convenzionali di parlare creati da, e che creano modi convenzionali di pensare. Ideologie (un insieme interrelato di idee), le quali immettono e fanno circolare il potere all’interno della società. Pattern di credenze e pattern di linguaggio. La *Critical Discourse Analysis*, CDA, è una forma di sociologia critica. La sociologia critica cerca di rispondere a domande di questo tipo: in che modo le società esistenti forniscono alle persone le possibilità e le risorse per arricchire le loro vite? E in che misura, dall’altro lato, negano tali risorse? L’idea di fondo della CDA è che le pratiche discorsive rappresentano uno dei principali modi attraverso cui l’ideologia circola e viene prodotta. Il fine della CDA è dunque di disvelare i modi in cui discorso ed ideologia sono interconnessi ed intrecciati. Le ideologie, in quanto sistemi di credenze, possono essere assimilabili alla cultura. soggetti auto-riflessivi (Boltanski, Thévenot 2006), ci ricollegiamo all’idea di Norman

Fairclough (2003) e Barbara Johnstone (2008), secondo cui i discorsi non rappresentano solo il mondo così com’è (o meglio, così come viene visto): i discorsi sono anche proiettivi, immaginativi, sono “progetti”, rappresentano nuovi mondi possibili, che sono differenti dal mondo esistente e che sono legati a progetti volti a cambiarlo, a “farlo andare” in direzioni. Il nuovo è sempre una nuova articolazione del vecchio (Fairclough 2003). Cioè a dire che le persone costruiscono i discorsi e lo fanno utilizzando le risorse messe loro a disposizione dal linguaggio e dalla cultura, modellando a loro “uso e consumo” le credenze, le percezioni, i sistemi simbolici (Sherzer 1987). I discorsi sono creativi, le persone usano i discorsi in modi innovativi, determinando così nuovi modi di pensare il mondo. Produzione discorsiva, di carattere creativo ed alternativo, che si può osservare soprattutto sul web 2.0, uno spazio etico, spazio libero in cui persone libere costruiscono nuove forme di vita,

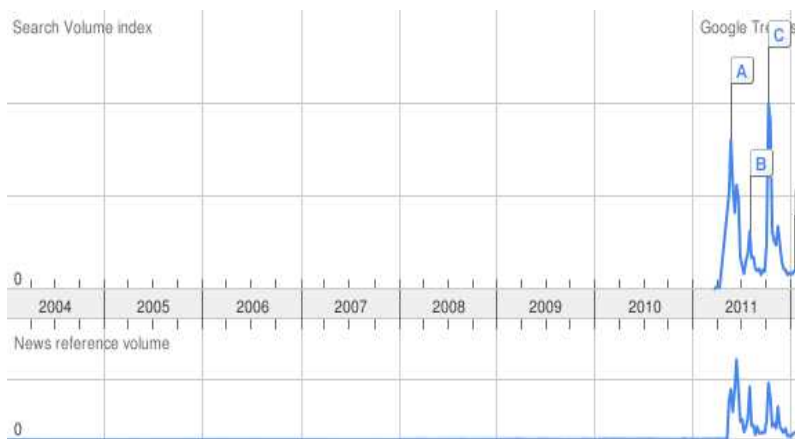
confrontandosi con le specifiche problematiche emergenti da una specifica situazione, trovando soluzioni adeguate al contesto in cui tali problematiche sono calate (Bakhtin 1993; Arvidsson 2009). Come fare emergere queste nuove forme di vita, questi nuovi mondi possibili? Le strade sono due: la prima è teorica e l'altra metodologia. etica in quanto interazione tra uomini liberi in un contesto privo di gerarchie determinate, volta a produrre nuove forme di vita (idee, simboli, norme, valori). Ottenendo, come scopo di questa ricerca, che si preponga di indagare le forme di un attivismo politico che trova soluzione nel consumerismo, l'analisi della dimensione culturale.

L'etnografia prescrive che la comprensione di una popolazione debba avvenire a partire dall'osservazione e dalla partecipazione diretta alle pratiche quotidiane attraverso cui gli attori sociali costruiscono e ricostruiscono la cultura, negli spazi e nei tempi precisi di tale processo costruttivo. Tenendo presente che seguendo l'idea di "*Theorizing the web*" i concetti di Digitale e Analogico, mondo digitale (virtuale) e mondo fisico (reale), hanno iniziato ad interpenetrarsi nella vita quotidiana.

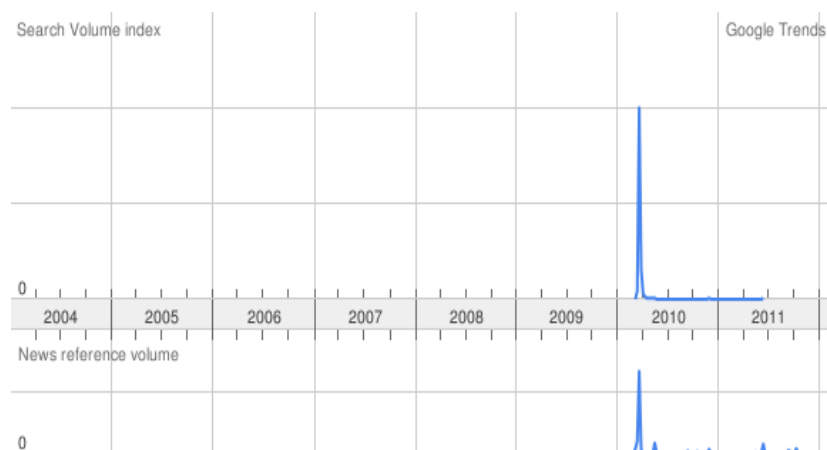
I trends google



Occupy Wall Street



Indignados



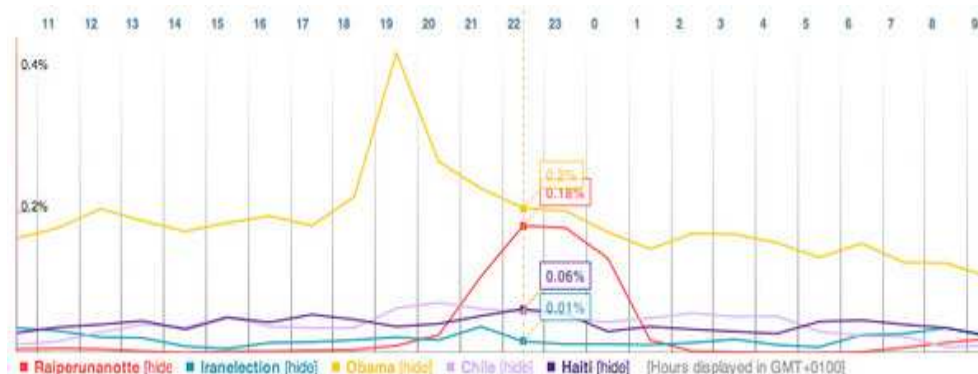
Rai per una notte

7.4 #Rai per una notte, #Indignados e #Occupy Wall Street

Rai per una notte – è un evento che si è costituito in Italia attraverso la forza della Rete, e delle relazioni di Rete. E' stato trasmesso in Internet e su alcuni canali digitali il 25 marzo 2010 come contronarrazione del divieto di "messa in onda" emanata dal direttivo delle reti Rai in periodo di campagna elettorale. Uno "sciopero bianco" promosso dalla FNSI (Federazione Nazionale della stampa italiana) e dall'Usigrai, condotto da Michele Santoro. Attorno a Rai per una notte è nata un'alleanza tra coloro che si sentivano "orfani della libertà di circolazione delle idee violate dal divieto di organizzare in televisione dibattiti politici nel periodo pre-elettorale": tale alleanza, oltre agli sponsor, ha reso possibile la nascita di una comunità di utenti che si sono riconosciuti in una comunicazione che aveva la forza e la prontezza del parlare dal vivo e la diffusività e la capillarità delle trasmissioni nel web. Lo conferma anche durante l'intervista telefonica Luca Rosini, giornalista di Anno Zero e figura significativa nell'organizzazione di Rai per una notte che si è svolto al Paladoc di Bologna. Ci spiega che la scelta della *location*, non casuale ma voluta, è stata pensata al fine di premiare il pubblico di Anno Zero, che secondo le più recenti stime si disegna maggiormente radicato nel Nord Est d'Italia. Bologna, poi, "è una città con molti studenti che ha un forte tessuto sociale. Non tralasciando il fatto che la "forma ad anfiteatro del Paladoc riecheggia la struttura dello studio di Anno Zero". Sul palco insieme a Santoro sono intervenuti, inoltre, molti personaggi: il collaboratore Marco Travaglio, Daniele Luttazzi, definito da Santoro "l'ospite più atteso e più importante" perché "il più proibito e osteggiato dal sistema", Giovanni Floris, conduttore di Ballarò, il trio Medusa, in trasferta da Mediaset e pronto a sostenere l'evento. La rete diventa così il luogo in cui l'opinione pubblica e i saperi esperti si incontrano generando confronti sotto differenti forme. Luca Rosini mette in evidenza, durante l'intervista telefonica, dopo due mesi dall'evento, che

- *«la trasmissione non poteva essere la stessa per l'importanza che ha rivestito[...] dunque Rai per una notte ha rivestito importanza non solo per la sua natura cross mediale, ma anche per la forte condivisione che si è venuta a creare nelle differenti piattaforme. Oltre che manifestazioni di tale portata, di cui non se ne era mai occupato prima, pur essendosi interessato ad altre ma non di tale grandezza, per le interconnessioni a livello globale».*

Ed è proprio per la natura cross-mediale dell'evento che i dati auditel perdono significato, perchè cambiando le dinamiche di distribuzione dei contenuti, cambiano di conseguenza anche quelle di fruizione. Ad esempio qui sotto un grafico realizzato da Trendistic e pubblicato da ezeziel su Twickpic che mostra i trend di ricerca su twitter del hashtag #raiperunanotte durante l'evento rispetto ad altri grandi eventi.



Anche se il mezzo che ha contribuito maggiormente alla diffusione dell'evento è la tv (47,1%), è interessante notare l'apporto dell'online (33,3%). Per quanto riguarda infatti l'audience online, il 35,9% ha seguito l'evento in web streaming, il 7,3% sui Social Network (Twitter e Friendfeed soprattutto) e il 6,9% sui Quotidiani Online. Inoltre il 10,1% ha seguito l'evento su più mezzi contemporaneamente. Saperi che si vestono di un doppio scambio di responsabilità sociale: quella del professionista (portatore di sapere esperto) nei confronti del pubblico e la necessità di consegnare a questo la facoltà/potere di un giudizio sulle finalizzazioni e sull'uso sociale dei saperi esperti. Le mutazioni in atto pongono l'accento su due punti complementari di analisi: l'opinione pubblica e i nuovi spazi in cui l'informazione va in scena. "Il risultato è stato quello di inaugurare un modo diverso di fare televisione: l'infoshow dal vivo è rimbalzato su più piattaforme mediatiche, si è diffuso infatti via satellite e via radio, è stata fruito in un'esperienza comunitaria in molte piazze d'Italia, si è spalmato sul web tra siti mainstream e blog" (commenta sul momento dalla rete G. Boccia Artieri). Così che i flussi comunicativi interessati sono diversi come differenti sono gli elementi che li caratterizzano, frutto sempre più di opinioni che partono dal basso, influenzando gusti, incentivandone di nuovi, in un processo non solo dinamico ma trasversale e laterale. E' qui che le opinioni si fanno altro per aprirsi ai più, condividendo o respingendo informazioni, creando gli interessi di domani. La cultura è acquisita dalla "famiglia che si è già adattata all'ambiente sociale – la città moderna" (R. Rauty, p.66). La cultura gravita intorno alla comunicazione decidendo, nel processo di comprensione, le risposte di ritorno agli stimoli. L'opinione pubblica ha così origine in tale processo nel presupposto che "il fenomeno dell'opinione si concreta con l'adesione a determinate formule, di un'attitudine che può essere valutata sulla scala delle opinioni" (Stoetzel). Due i gruppi fondamentali che si possono distinguere in tale processo di opinione, che Sorokim definisce primari, in cui i componenti sono intimamente legati, e secondari, in cui non esiste conoscenza reciproca tra i membri.

Nei gruppi le opinioni profonde sono frutto delle azioni di tutti. La conoscenza reciproca e diretta permette un deflusso d'informazione nei gruppi primari, svolgendo funzione d'informazione i comunicati stampa, notiziari, riviste, che permettono ai soggetti di prendere coscienza dei problemi che li coinvolgono. L'interazione è un'azione di coloro che dispongono dei mezzi d'informazione. Nel rapporto d'informazione tra il soggetto promotore (chi

emette la notizia/informazione) e il soggetto recettore (chi riceve), in un flusso dinamico d'informazione, ove i recettori diventeranno il nuovo promotore nel successivo atto informativo, si trasmette non la realtà ma la "forma" data all'oggetto (chi comunica non può fare a meno di dare una propria interpretazione). I flussi comunicativi investono, fiutando il vento sociale, l'immaginario degli attori riceventi. I flussi comunicativi tendono ad esempio a facilitare l'individuo a far conoscere le "linee aziendali" nel momento di prendere decisioni. piattaforme capaci di produrre contenuto on line in una staffetta che dalle audience cedono il passo ad altro, ai pubblici connessi (boyd o Ito), con la possibilità di interagire comunicativamente. Il produrre contenuti attraverso i blog innesca un rapporto con gruppi di condivisione, di gusti e interessi dove molti si connettono per leggere un evento per fare parte di piccole comunità che per rendersi visibili hanno bisogno proprio dello spazio web ove è possibile fare network. In Simmel si fa forte l'idea che "L'argomento di cui si parla non è fine a se stesso [...] ma vale come strumento per alimentare la vitalità, l'autocomprensione e la coscienza collettiva del gruppo [...] che si regge su un punto d'equilibrio che è il caso di indicare con etica «socievole». I Caffè londinesi sarebbero la preistoria di ciò che oggi accade nel web 2.0. Socievolezza dunque come ordine sociale. Come società. "Uno spazio di socievolezza e di gioco, anche irriverente. Che magari non cambierà il mondo, ma che consente di farlo proprio, di dargli ordine e senso dal basso. E di non sentirsi soli/e nel farlo" (R. Bartoletti, p.74). I legami deboli sono valorizzati in ottica di capitale sociale ed etichettati in ricerca standard. Le conversazioni in diretta a Rai per una notte, sono come un'onda avvolgente, conversazioni "altre" che si sommano alle conversazioni di quanti sono riuniti in piazza osservando in mega schermi i dialoghi in una protesta pacifica e presenziale. Un evento di cui non si è percepita quale sia stata la portata, come ci spiega Luca, "ma sicuramente dopo tale evento la trasmissione non poteva essere la stessa per l'importanza che ha rivestito Rai per una notte nella sua natura cross-mediale che, in più piattaforme, è riuscita a creare una condivisione". . Il motore di ricerca Yahoo! Italia inserisce ai primi posti Rai per una notte nei trend del giorno come voce maggiormente consultata. La lettura dei dati di secondo livello, evidenzia come accanto agli spettatori presenti al Paladonna di Bologna, si siano affiancati un cospicuo numero di pubblici che, nello sperimentare la rete, hanno potuto direttamente condividere pareri con chi era fisicamente presente a Bologna, dal presentatore, ai collaboratori, ed essere riportata in diretta permettendo così di rompere il silenzio.

"La notte della Rete", la diretta no-stop (in streaming sul sito del ilfattoquotidiano.it, decine di blog e alcune tv locali) organizzata da cittadini e associazioni per dire "No" alla delibera Agcom che, pensata per contrastare la pirateria, dà all'Autorità il potere di oscurare siti, o rimuovere contenuti, senza passare dalla decisione di un giudice[,,].

*"Secondo gli attivisti non è un caso che questo ultimo tentativo di mettere il bavaglio alla Rete arrivi dopo le **amministrative** e il **referendum** dove Internet ha dimostrato tutta la sua capacità di coinvolgere le persone su questioni che li*

riguardano direttamente e informare i cittadini ormai stufo del “minzo-giornalismo”. “Il potere ha paura di Internet” (dalle pagine de Il fatto Quotidiano).

Sulla pagina di Repubblica.it e Facebook si legge:

- «Visto che la Rai non ce lo fa vedere»
- «Siamo qui per difendere un po' di libertà che è rimasta»
- «Non siamo qui per ridere»
- «Ho visto tanta di quella gente che ero tranquilla. Ho visto il popolo» (da VIVA ZAPATERO!)

Mentre i riflettori della seconda rete Rai si abbassano, per una decisione dall'alto, su uno dei programmi di informazione pubblica, condotto da Michele Santoro, “Anno Zero”, tanto da oscurare quella comunicazione mainstream che ancora anima gli accesi dibattiti d'interesse pubblico, per quel potere che “è basato sul controllo della comunicazione e dell'informazione, sia che si tratti del macropotere dello stato e delle corporation dei media, o del micropotere di organizzazioni di ogni sorta” (M. Castells, 2009), si accendono una notte in rete. Evento che ha reso i pubblici connessi, la sera del 25 marzo, i protagonisti della comunicazione con un forte impatto nel panorama decisionale futuro. Ad unirsi alla voce di quanti collaborano alla realizzazione di Anno Zero ci sono tv satellitari, tv digitali, streaming, i cui costi (superiori a 130mila euro) sono stati sostenuti oltre che dai diversi sponsor (tra cui Fastweb e Current Tv), da 50 mila sostenitori con una donazione di 2,5 euro ciascuno e da “Il popolo viola”, un movimento dal basso dai colori di alcun partito che ha aiutato oltre che nel lancio del progetto anche a livello organizzativo fornendo informazioni per la prevendita dei biglietti. Si sperimenta così un modo “altro” di esprimersi in cui le opinioni che si diffondono sono “idee”, (nell'accezione data di recente da M. Archer), condivise poiché “nella comunicazione non avviene nessun trasferimento d'informazione; invece posso ‘sintonizzarmi’ con un altro, come in una danza” (G. Boccia Artieri, p. 50). Anche Michele Santoro, ospite e conduttore della performance, insieme a Travaglio e Luttazzi, hanno chiesto un aiuto al “loro” popolo, a quei telespettatori bolognesi che rappresentano “una parte importante e affezionata del pubblico di Anno Zero”, affinché li sostenessero nella loro lotta per non far tacere l'informazione, per non ridurre al silenzio le voci di coloro che sentono il diritto-dovere di informare sempre e comunque. D'altronde la “software culture” è una realtà antropologica in cui siamo totalmente immersi senza rendercene conto. Un collante non sempre visibile tra i sistemi sociali, economici, culturali e politici della società. Lev Manovich definisce il software oggi “la nostra interfaccia con il mondo, con gli altri, con la nostra memoria e la nostra immaginazione; un linguaggio universale attraverso cui il mondo comunica e un motore universale grazie al quale il mondo si muove”.

La ricerca *key findings*, condotta su un campione rappresentato dall'utenza Internet italiana di almeno 15 anni di età, quindi su una collettività composta da

24,6 milioni di individui, pari a poco meno della metà della popolazione italiana di pari età, ha dimostrato come Rai per una notte sia stato l'evento di marzo 2010: il 22% dell'utenza Internet lo cita spontaneamente come l'avvenimento mediatico *Top of Mind*, la *brand awareness* totale di Rai per una notte supera il 70% dell'utenza Internet italiana, la diretta di Rai per una notte è stata seguita da 4,1 milioni di persone, 5 milioni di individui hanno preso contatto con i contenuti di Rai per una notte in seguito allo svolgersi dell'evento. L'audience totale quindi, calcolando l'incremento di esposizione ai contenuti di Rai per una notte successivamente all'evento, si attesta su 6,3 milioni di soggetti. Questi dati ci dicono che in pochi giorni un nuovo brand si è affermato in un ampio segmento di popolazione, che può essere calcolata in oltre 18 milioni di individui. L'importanza e la novità del fenomeno mediatico Rai per una notte può essere misurata anche dalla risposta che è scaturita da coloro che si sono inseriti in prima persona nel flusso comunicativo che è partito dal Paladonna di Bologna per diffondersi nell'etere. Più di 125mila accessi contemporanei su Rai per una notte in streaming. Ezekiel, che ha monitorato il flusso di messaggi via Twitter, (hashtag: #raiperunanotte) ha segnalato il "peso" dell'evento rispetto alla capacità di generare conversazioni on line: secondo Ezekiel quando inizia il pezzo di Marco Travaglio i Tweet all'ora arrivano subito a 1900, con Daniele Luttazzi toccano i 5000 Tweet all'ora per arrivare a 5700 alla fine del suo monologo. Grazie alla forza di connessione e alla capacità di suscitare reazioni ed emozioni si è così creata per una notte una realtà fatta di commenti, di chiose, di botte e risposte, di adesioni e di prese di distanza, di parole che interagivano in tempo reale con quanto scorreva sul video: questo significa non stare semplicemente davanti alla televisione assorbendone i contenuti in maniera acritica, ma reagire a quei contenuti esprimendo in diretta le proprie opinioni, potendo così fare televisione in modo nuovo, non cercando solo consenso misurato dall'auditel, ma principalmente partecipazione. La audience si è fatta visibile grazie alla forza della connessione e alla capacità da parte degli organizzatori dell'evento di trasmettere informazione ed emozioni, di agganciare l'attenzione dei fruitori immettendoli in un circuito comunicativo in cui non si sentivano spettatori, ma protagonisti. Chi si era connesso è entrato a far parte degli aventi diritto alla parola, potendo esprimersi in una rete che non solo ha moltiplicato la capacità semantica dei messaggi veicolati ma anche delle risposte ai messaggi stessi. Divenendo evidente come la linea di demarcazione tra chi è on line e chi off line si assottiglia sino a scomparire, non esistendo più differenze tra on e off line.

Il web ha così osservato dalla televisione ed anche la televisione si è rispecchiata nel web non solo allargando a dismisura il suo raggio d'azione, ma chiamando a un'interazione comunicativa il popolo del web che ha risposto con partecipazione. Si è così creato uno spazio pubblico virtuale in cui le persone sono riuscite senza schemi manipolatori ad esprimere le proprie opinioni non sul privato, ma sul politico, reagendo per una volta al depotenziamento della sfera pubblica. L'esperimento di Rai per una notte ha costruito un tessuto di interscambio comunicativo in cui nella partecipazione di molti è possibile rintracciare per una notte una qualità simbolica e un senso politico che si credevano perduti. "Un'interconnessione a livello globale, che ha dato vita ad

una manifestazione di una tale portata di cui mai prima d'ora mi sono occupato, pur essendomi interessato ed avendo organizzato altre" (dice Luca Rosini). "Il web viene a rappresentarsi quindi come uno spazio in cui instaurare lo scambio tra soggetti consapevoli di essere in relazione" (F. Fileni, p. 31). "In contesti naturali, proprio la lentezza e la ristrettezza di banda che caratterizza la CMC contribuiscono a caricarla di contenuti sociali" (L. Spedicato, p.274). Lo scambio comunicativo che la rete ha permesso è bidirezionale, e la relazione che si è creata tra emittente e ricevente è tendente alla simmetria, tanto che anche per M. Livolsi "attraverso il web si producono nuove occasioni di fruizione mediale e nuove forme di socialità".

Dall'analisi sull'audience di Rai per una notte emerge che il giudizio cambia nel confronto tra coloro che hanno assistito live all'evento e coloro che hanno ripreso i contenuti in differita: nel secondo segmento si notano giudizi più eterogenei e meno polarizzati. L'insieme di quanti conoscono Rai per una notte è segnato da profonde differenze di atteggiamenti a giudizi nei tre segmenti esaminati: coloro che hanno seguito l'evento live o in differita e quanti, pur conoscendo l'iniziativa, non ne hanno seguito i contenuti né live né successivamente. Difesa e libertà a supporto di certa informazione. Non si notano particolari differenze per sesso (totale conoscitori di Rai per una notte). I più giovani tendono generalmente a estremizzare il giudizio rispetto ai meno giovani .

I pubblici connessi in Rai per una notte hanno inondato di opinioni rilevanti tanto da incidere sulle azioni future non solo per Anno Zero ma anche per i programmi d'informazione di interesse pubblico, riformulando quel concetto habermasiano, secondo cui l'articolazione fra privato e pubblico si arricchisce ulteriormente nella dimensione della *Öffentlichkeit* ove "non vi sono solo attori squisitamente politici, ma in genere tutti quegli attori che sono in grado di articolare e di rendere politicamente fruibili temi e bisogni e che [...] se pure non partecipano direttamente della dimensione della statualità tuttavia non possono definirsi più come essenzialmente privati", in quel connubio che A. Arendt definisce tra teatralità e politica.

La Rete amplifica idee e voci, mentre fino a pochi anni fa, le reazioni dei cittadini ai comportamenti di un governo erano poco più che rumori di fondo, facilmente sopprimibili. Con il web sociale, il rumore di fondo di ognuno è un flusso di notizie che ne alimenta uno di informazione. Che può ingrossarsi, ed è il caso delle rivolte degli ultimi giorni, fino ad assumere un'importanza e un'autorevolezza riservata finora ai media "tradizionali". Quando questo succede, radio e tv difficilmente possono ignorare le cronache dal mondo, soprattutto quando i documenti audiovisivi non hanno bisogno di commenti. Certo, incappare in un "falso" realizzato per propaganda non è impossibile. Ma sulla cronaca in tempo reale è un'eventualità. I cittadini "vivono" la Rete come e più di una piazza elettronica. Alla luce delle ultime rivolte nordafricane, internet è un luogo sociale riconosciuto, quasi fisico. Le informazioni immesse dal basso, in diretta, sul web hanno oggi un'importanza assoluta. E nel caso di scenari sociali instabili, rivolte e scontri, documentano una visione della realtà in un modo in cui nessun media ha finora potuto fare. Un modo che può far

preoccupare molto chi ha bisogno di controllare l'informazione. Il media si fa sociale, ogni individuo è un consumatore e produttore di informazioni, che e nell'epoca della Rete si diffondono in tempo reale.

Molte altre sono le iniziative ed eventi simili nati da parte di cittadini/consumatori di contenuto responsabili collettivamente. A tal proposito si può leggere sul sito di Agorà digitale:

Ora	martedì 5 luglio 17.30 - 21.00
Luogo	Domus Talenti e in Rete su tantissimi blog e siti Via delle Quattro Fontane 113 Rome, Italy
Creato da	Libera Rete in Libero Stato
Maggiori informazioni	<p>Il 6 luglio l'Autorità per le Comunicazioni si appresta a votare una delibera con cui si arrogherà il potere di oscurare siti internet stranieri e di rimuovere contenuti da quelli italiani, in modo arbitrario e senza il vaglio del giudice.</p> <p>Diciamo no al bavaglio alla rete! Partecipa anche tu e invita tutti i tuoi amici a "La notte della rete": 4 ore no-stop in cui si alterneranno cittadini e associazioni in difesa del web, politici, giornalisti, cantanti, esperti. L'evento sarà in diretta streaming sul Fattoquotidiano.it e su una rete di tv locali.</p> <p>Per info e partecipazione: nocensura@agoradigitale.org http://www.agoradigitale.org/nocensura http://www.agoradigitale.org/lanottedellarete https://twitter.com/liberarete L'hashtag twitter: #notterete</p>

Le proteste nate in Rete o che hanno sperimentato il potere di connessione della Rete si moltiplicano. Pubblici connessi, cittadini/consumatori che rendono evidente l'*empowerment* di *civic engagement*. Spazio pubblico mediato, spazio di mediazione dei conflitti come nel caso degli

Indignados – i giovani spagnoli che hanno portato in piazza la propria rabbia contro la precarietà e la crisi economica, soprattutto a *Plaza de Catalunya* a Barcellona come a *Puerta del Sol* a Madrid, costituitisi principalmente per la crisi economica e la disoccupazione, a monte della protesta. Problemi che accomunano una moltitudine di cittadini.

@ «¡Estamos vivos!», celebraban ayer una madre y una hija!»

A infiammare la Spagna in *primis*, i giovani europei poi, è soprattutto il problema della disoccupazione al 21% in tutto il Paese con un picco massimo del 44% per i minori di 25 anni.

- *All'inizio del movimento degli indignados uno degli slogan era: "L'Islanda è la soluzione!". Ora, con l'aggravarsi della crisi e l'aumento dei tagli sociali in Europa, l'Islanda ha un tasso di crescita del 2,3 per cento, il suo sistema finanziario è tornato stabile dopo il collasso del 2008, la disoccupazione è diminuita e il sistema politico gode di nuova legittimità grazie a una riforma costituzionale fatta con la partecipazione dei cittadini. Tutto è nato da un movimento di indignazione popolare lanciato l'11 ottobre del 2008 dal cantante Hördur Torfason e poi amplificato da internet.*



In questa crisi, mentre alcuni si sono arricchiti, la maggior parte delle persone hanno visto ridursi i propri salari. Inoltre, proprio in Spagna, il 22 maggio, si vota per le amministrative e la giunta elettorale aveva vietato le manifestazioni soprattutto nella piazza centrale di Madrid. Ma i giovani, che si sono dati il nome di Movimento 15 maggio, hanno sfidato ogni divieto per denunciare tutta la propria indignazione. Sul sito ufficiale è scritto:

- *«El movimiento de los indignados dio ayer un vuelco. Del discreto éxito de participación del lunes, martes y miércoles, al notable aumento de ayer. "Queremos que plaza de Catalunya sea el centro de todas las protestas", explicó una representante de la comisión de expansión, Núria Comerma, de 27 años²⁰¹».*

²⁰¹ Dal sito del movimento 15 maggio si legge ancora: «El pasado domingo 15 de mayo de 2011 tuvieron lugar múltiples manifestaciones en distintas ciudades españolas bajo el lema "Democracia Real Ya". Como consecuencia de lo cual y de forma espontánea los ciudadanos decidieron reunirse en diversos lugares de España, al objeto de discutir la falta de referencia, en las distintas campañas electorales, a dos de los principales problemas del país: la corrupción y la desafección de la ciudadanía con la clase política, considerada en múltiples encuestas como el tercer problema del país, tras el paro y la crisis económica».

- @paula_zamb.. «ahora, 250 personas en la plaza de armas de Coyhaique. de a poco van llegando todos los patagones indignados con ollas, en caballos»
- @jebaronag «Europa se incendia ante medidas de ajuste causadas por gobiernos corruptos; en #Ecuador unos añoran volver a esa era. #indignados»
- @FerNegus «#Loja. seis barrios sufren por falta de agua. "Estamos muy indignados", dijo Carmen del Barrio Labanda»
- @charleyvk «Me estoy riendo mucho con los indignados porque a Otegi se le indemnice por prohibirle expresarse libremente. Cuánto facherío»
- @maximotell «...nuestro futuro depende de que sigamos indignadosnegrowhite.net/author/guiller...»
- @AndreaBroken «Musulmanes/árabes indignados con mi último twit, que yo os quiero. Muertos, pero os quiero».

La protesta spagnola inonda l'Europa: dalla Grecia a Syntagma, dove i cittadini protestano contro le misure del governo e i piani di *austerità*, anche tra disordini complessi e feriti, a Parigi ove ci sono Manifestazioni e tende piantate alla Bastiglia, poi sgomberate. Il 17 settembre ci sono violenti scontri tra Indignados di tutta Europa in marcia verso Bruxelles e la polizia. La rivolta Britannica comincia, invece, con l'uccisione da parte della polizia di giovane di colore Mark Dugan. La Borsa di Londra verrà occupata durante la manifestazione globale del 15 ottobre. Le proteste arrivano anche in Bielorussia. Ogni mercoledì i giovani si riuniscono in piazza a Minsk. Protestano contro la crisi economica e il regime di Lukashenko. Si incontrano grazie a Vkontakte, la versione russa di Facebook. Il Kgb però perquisisce il computer di uno dei leader del movimento²⁰².



²⁰² Le mappe sono dei tags #indignati, #15ott, #occupywall street, #zuccottipark, #eyswecamp, #acampada. Le mappe con l'uso di strumenti google sono anche in GQ.com

Indignados europei

Anche l'Italia è attiva, a Milano si assiste all'occupazione di Piazza Affari, i luoghi del potere finanziario come le agenzie di *rating* Standard&Poor's e Moody's. Ma è il 7 ottobre 2011 che quasi cinquanta mila studenti manifestano contro i tagli all'istruzione, così che il 12 ottobre dello stesso anno vengono piantate tende, poi sgomberate, davanti alla sede romana di Bankitalia. A Bologna, poi, cercando "lo sguardo dello straniero" di simmeliana memoria, l'osservazione partecipata è quella di manifestanti rispettosi contro scontri violenti con la polizia. Ma la manifestazione nazionale si svolgerà il 15 ottobre.



Italia

In Cile la protesta nasce in contrapposizione al Presidente Sebastián Piñera ed è organizzata da una studentessa 23enne (Camila Vallejo). Seicento mila persone manifestano per un'istruzione più equa, mentre in Israele settecento mila persone scendono in piazza contro caro vita e prezzi delle case inaccessibili. Leader della protesta è una 25enne (Daphne Leef) e Netanyahu ha promesso riforme, in discussione in parlamento.



Cile

Il 17 settembre, sono gli Stati Uniti ad indignarsi, occupando Liberty Square, una piazza vicina a Wall Street, cuore del potere finanziario americano. Ove risiede quell'un per cento della popolazione destinatario di tale potere. Il movimento si coordina tramite il sito OccupyWallSt.org. Una Rete virtuale che

diffonde la protesta in altre città americane: Washington, San Francisco, Chicago e Austen. Trentamila le persone scese in piazza a New York.



USA

Le proteste dei giovani che manifestano contro crisi, disoccupazione e strapotere delle banche nascono in Spagna, ma in poco tempo si diffondono in tutto il mondo. Molte le città in cui sono arrivate, in tutti i continenti, tranne l'Africa.



La Rete

Ma proprio in Africa aveva preso il via la “primavera araba” a cui diversi gruppi di *indignados* si ispirano. Tutto è nato dalla Tunisia ove le proteste, che erano riuscite a rovesciare il dittatore tunisino Ben Ali, dimostrano ancora una volta il potere dei movimenti sociali spontanei nell’era della comunicazione digitale. Il processo, che in meno di un mese ha abbattuto il regime che reggeva dal 1987, è stato innescato da un fatto drammatico che fa esplodere l’indignazione fino a quel momento trattenuta per paura. Le manifestazioni represses dalla polizia sono comunicate subito, attraverso immagini e messaggi di protesta, sui social network.

@ «Abbiamo il diritto ad informare, per questo siamo diventati tutti giornalisti».

Ma non è la comunicazione a far nascere la rivolta. La ribellione nasce nella miseria e nell'esclusione sociale di cui soffre buona parte della popolazione, nella democrazia finta, nell'informazione oscurata, negli arresti di migliaia di persone e nelle torture, nella trasformazione di un intero paese in una tenuta delle famiglie Ben Ali e Trabelsi con il consenso degli Stati Uniti, dei paesi europei e delle dittature arabe. Senza però i nuovi modi per comunicare, la rivoluzione tunisina non avrebbe avuto le stesse caratteristiche: la spontaneità, l'assenza di leader, il protagonismo di studenti e professionisti, con i politici dell'opposizione e dei sindacati che hanno dato sostegno a un processo ormai avviato. La caduta del regime ha avuto come effetto diretto una straordinaria primavera per la libertà di stampa. *Tunisie 7* è diventata la televisione nazionale tunisina, informando con indipendenza, come la famosa *radio Mosaïque* e i giornali più importanti *Al Churuk* e *Al Sarih*: i giornalisti hanno cacciato i direttori ed escono con titoli sulla corruzione del regime. Questa libertà di comunicazione rende difficile per i politici manipolare la transizione. Ogni tentativo di continuità si scontra con un'ondata di informazioni sui nuovi leader che alimenta la protesta popolare, contraria a un cambiamento solo apparente. Anche se, gli stessi padroni tentano la ripresa del potere, la rivoluzione dei gelsomini non sarà così facile da reprimere perché è fondata sulla libera comunicazione. Le proteste scuotono l'Egitto e altri paesi in cui arrivano le manifestazioni, mentre Internet è piena di appelli. Al Jazeera, invece, conquista un pubblico giovane che sente l'inebriante profumo della libertà. Un'indignazione che accompagna poi gli *Indignados* spagnoli, gettando il profondo seme dell'indignazione sullo stato della società civile in Spagna. Dalle pagine di Twitter e Facebook si leggono messaggi comuni come:

@ «Ormai durano da 5 giorni gli accampamenti in piazza».

Mentre le diverse dirette in live streaming da piazze come *AgoraNewsDirecto*, trasmettevano video e filmati in continuazione, il manifesto e movimento degli indignati è ben preciso e mira alla ricerca di un "acampadosol", un posto al sole occupando in maniera civile e pacifica le piazze principali del Paese. Il movimento è partito da alcuni giovani studenti spagnoli e da alcuni gruppi universitari come *Juventud Sin Futuro*. *El País*, una delle testate spagnole, tenta di spiegare gli accadimenti sintetizzando le tappe che hanno portato le persone a scendere per strada con una mappa davvero ricca di luoghi in cui la protesta si è diffusa al grido di

@ «non pagheremo i conti della vostra crisi».

Fondamentale è stato il ruolo di social network come Twitter: da *Democracia Real YA!* (sito ufficiale della protesta) si è cominciato a raccontare ed organizzare le proteste mentre si sono diffusi subito diversi hashtag tra cui *#spanishrevolution* che ha portato da alcune ore alla nascita di un nuovo hashtag *#italianrevolution* e che hanno fatto nascere un movimento del genere anche in Italia, dando appuntamento in cinque principali piazze italiane tra cui quella di Bologna in piazza Maggiore e San Giovanni a Roma. Nascono così

diversi eventi spontanei su Facebook, mentre il sito *Anonymous Italia* informa sulle manifestazioni italiane e sulla nascita di quello che potrebbe essere un aggregatore come *Italiarevolution.it*. Il 15 ottobre 2011, gli indignados del mondo, attraverso la Rete, sono pronti a darsi nuovamente appuntamento nelle piazze di tutto il mondo. Ma questa volta i disordini sono gravi, soprattutto sono causati da una piccola formazione di corpi incappucciati e le loro azioni ad alto tasso di notiziabilità, oppure come scrive Vittorio Zucconi *«un governo che non sa garantire l'ordine e la sicurezza di una manifestazione autorizzata e pacifica nella propria capitale, che non sa prevedere e prevenire quello che tutti noi avevamo temuto, che permette a centinaia di professionisti dello sfascio di arrivare tranquillamente lungo il percorso annunciato della sfilata addirittura con "uniformi nere e maschere antigas"»*. I tweet con hashtag *#indignados* o *#15ott* parlavano di Roma e moltissimi venivano dalla manifestazione di Roma. *#15ott* è stato *trending topics*, la si avrebbe avuta ugualmente se la partecipazione fosse stata diffusa sul territorio italiano, se si fossero ideate mille azioni creative utile alla guerriglia mediale per far parlare di sé in modi non violenti attraverso la messa in scena e l'aggregazione di idee. Possiamo portare la voce dell'indignazione sul territorio senza essere tutti in un unico luogo. Possiamo connetterla senza essere co-presenti. Possiamo partecipare attraverso modi diversi che mostrano sfumature che vanno dal comunicare all'esserci.

- @socialistnet An «OpEd Report: QuickLink: Homeland Security Kept Tabs on Occupy Wall Street: As Occupy Wall... dlvr.it/1GNHhv Social(ist) Network»
- @onlinefulltime «Primavera Árabe, OccupyWallStreet, Indignados Lisboa. Um tsunami político! Avante Povo Brasileiro -->>#Congresso2ContraCorrupcaoNasRuas»
- Forum: Facebook
- Islamabad, 26 mag. - (Adnkronos/Aki) - Il governo pakistano oscurerà "solamente" le pagine "blasfeme" di Facebook e YouTube, i due siti web bloccati nei giorni scorsi dalla censura di Islamabad per la pubblicazione di vignette satiriche su Maometto. Lo ha annunciato il ministro dell'Interno pakistano Rehman Malik sulla sua pagina di 'Twitter', l'unico social network sopravvissuto alla stretta di Islamabad. "Secondo giorno di Consiglio dei Ministri. Condannato il materiale blasfemo. Il Consiglio dei Ministri ha accolto la mia proposta di bloccare solamente le sezioni blasfeme di Facebook e YouTube", e' il tweet pubblicato da Malik che annuncia modifiche al provvedimento del governo che censura alcuni siti web. Il ministro dell'Interno e' stata una delle 'vittime' eccellenti della stretta su Facebook decisa da Islamabad. La scorsa settimana, a fronte del divieto d'accesso al social network piu' famoso del mondo su cui Malik aveva una pagina personale, il ministro ha inaugurato la sua pagina 'Twitter' per continuare ad aver un dialogo online con la popolazione. Al momento Malik, che ha già pubblicato 22 tweet di argomento vario, dall'economia alla

sicurezza, può contare su 400 'followers' sul social network che è una piattaforma di microblogging.

L'indignazione dilaga e tocca i punti simbolici mai pensati come nel caso di

Occupy Wall Street – nata come manifestazione in cui i partecipanti dimostrano principalmente contro l'inequità economica e sociale sviluppatasi a seguito della crisi economica mondiale. Nel sito si può leggere

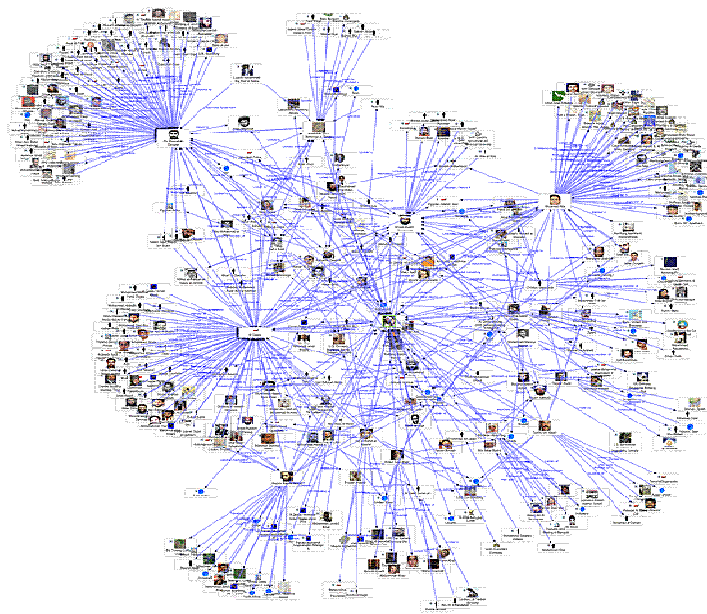
- “*The resistance continues at Liberty Square and worldwide!*”
- @OccupyPics «Photo: Occupy Wall Street marches in Manhattan February 29, 2012 dlvr.it/1GNKRB #bankofamerica #pfizer #occupy#occupyWallStreet #ows foto»
- @OccupyWallStNYC «Occupy Wall Street is not a business, a political party, an advertising campaign or a brand. It is not for sale. #mrg #ows #nycga#autonomy

La manifestazione si ispira alle Proteste nel Nordafrica e Medio Oriente del 2010 e 2011, in particolare alle proteste tunisine. Il movimento è di contestazione pacifica, nato per denunciare gli abusi del capitalismo finanziario, che si è concretizzato in una serie di dimostrazioni nella città di New York presso Zuccotti Park. mobilitato un pezzo di gioventù americana e non. Negli Stati Uniti ha costretto i due grandi partiti a schierarsi pro o contro le sue parole d'ordine. Il movimento nasce da Kalle Lasn, riferisce Repubblica.it pagina Esteri, in cui si legge:

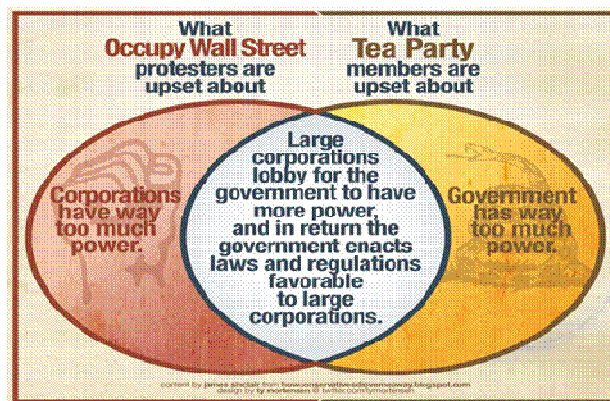
- “*E ora diventiamo un partito[...] l'uomo del 2011 per il Time è il manifestante globale: dalla primavera araba a Ows. Ecco il racconto di Kalle Lasn, fondatore del movimento negli Usa. "I conti del futuro non tornano, né dal punto di vista economico, né da quello ambientale. Ma adesso i giovani sanno che devono combattere". (Kalle Lasn, un iniziatore di Occupy Wall Street).*

Mentre i partecipanti al movimento commentano:

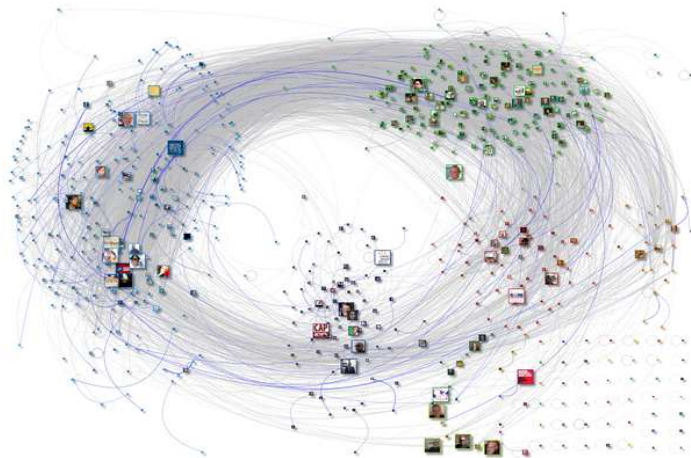
- “*Siamo il 99%, contro le diseguaglianze crescenti. Questo movimento ha fatto a sinistra l'operazione di 'occupazione del discorso pubblico' che due anni prima era riuscita al Tea Party su temi ben diversi: deficit pubblico e tasse. Ma il Tea Party aveva dovuto portare in piazza, a Washington, duecentomila persone. Inoltre il Tea Party, con il suo populismo anti-Stato, è un movimento solo apparentemente spontaneo: dietro ci sono le lobby capitalistiche che finanziano la destra*”. (Repubblica.it, Adbusters slogan)



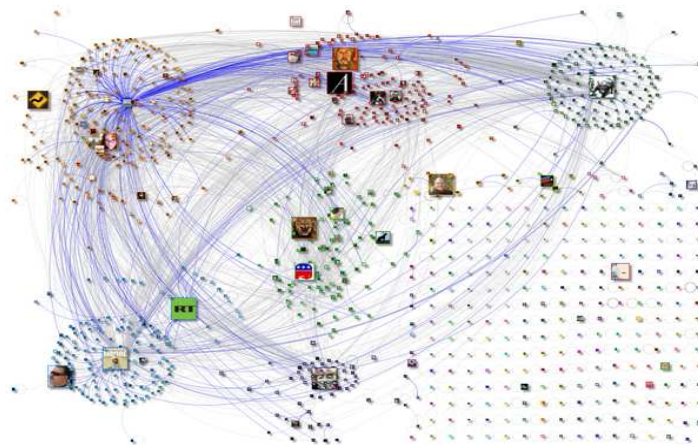
La differenza di fatto tra ad esempio Tea Party e Occupy Wall Street è evidente nella mappa di relazioni tra coloro che hanno twittato usando #hashtag TeaParty e chi usando #OccupyWallStreet nel corso di 3 ore il giorno 15 novembre 2011, riportate nel blog del sociologo Boccia Artieri²⁰³, dal post *Contrasting teaparty and occupywallstreet twitter networks*. La mappa dei tweet di Tea Party evidenziano una coesione relazionale che produce un reticolo “denso” dove tutti seguono praticamente tutti, concentrandosi attorno a pochi nodi significativi.



²⁰³ Cfr. <http://www.mediamondo.it>



Mentre per Occupy Wall Street si può notare una configurazione con pochi nodi con funzione informativa-connettiva della Rete, ma anche la presenza di nodi più isolati. A mettere in connessione sono principalmente le condivisioni informative, i re-tweet commento.



Di fatto Occupy Wall Street nasce dal basso. Non c'è una struttura centrale né un'agenda politica. Tuttavia è riuscito a dimostrare che la questione delle disuguaglianze non è superata: nei suoi primi 100 giorni i sondaggi hanno dimostrato che gli *slogan* contro "l'un per cento" sono popolari e trasversali. Ovviamente non è la comunicazione a far nascere la rivolta. La ribellione nasce nella miseria e nell'esclusione sociale di cui soffre buona parte della popolazione, nella democrazia finta, nell'informazione oscurata. Tra i sostenitori diversi volti insoliti, come lo scrittore italiano Roberto Saviano, ma anche Naom Chomsky (professore emerito al Massachusetts Institute of Technology, Mit) che ha dato il suo sostegno principalmente attraverso Twitter (ma anche con un video su Youtube). Per Chomsky Il movimento Occupy Wall Street nei suoi intenti programmatici si ispira alla Primavera araba, a rimarcare "calamità" della crisi internazionale, squilibri del "neoliberismo". Scrive Chomsky su Twitter:

- «i giovani possono guidare la società attuale su un sentiero più sano».


Il lunedì 10 novembre 2011, l'*International Press Agency* Londra, riporta la notizia che Noam Chomsky – presentato da Michael Albert come oratore chiave della RMC (*Rebellious Media Conference*), organizzata a Londra da *Peace News* con la sponsorizzazione della fondazione Joseph Rowntree e del *Quaker Peace and Social Witness*, il cui tema era come estendere l'agenda radicale attraverso mezzi di comunicazione altrettanto radicali – ha dedicato il discorso al movimento Occupy Wall Street ed alle sue diramazioni negli USA ma anche in altre parti del mondo, riconoscendo le radici di questo movimento anche nella Primavera Araba e altrove. Ritenendo questi segnali della fine dell'apatia contro le deficienze del sistema. Anche il direttore della Federal Reserve ha definito queste mobilitazioni "comprensibili", o il *Financial Times* che scrive in prima pagina: "In migliaia contro le disuguaglianze negli USA". Anche i sindacati si sono uniti al movimento. Lì dove la classe lavoratrice tradisce i suoi vecchi confini e la classe bassa-media e alta perdono i tradizionali limiti.

Fortemente critico è stato verso le cosiddette "minoranze intelligenti" che tengono le "masse ignoranti" lontane dai processi decisori. I media non fanno che cogliere il fatto e replicarlo. Incolparli di aver indebolito la sinistra è come rimproverare le banche perché fanno soldi. (Noam Chomsky).

- Durante una delle prime assemblee di New York una donna di nome Monica ha detto: *«Creiamo una città dentro la città per mostrare alla città come la città può essere»*.

È un bel sentimento che per un movimento significa molto. Ma come fatto materiale, vivere in strada, anche se collettivamente, non è un'utopia, è una luce accesa nella distopia. La ritualizzazione della mancanza di un tetto fa risaltare la realtà. Molti giovani di fatto hanno la difficoltà di un tetto, in una città povera il cui centro non nasconde questa vergogna nazionale. A *Legislative plaza* "assistenza" significa offrire non solo qualcosa da mangiare e generi di conforto, ma anche attenzione a persone che di solito sono invisibili anche quando qualcuno le vede. Significa la disponibilità di chi sta peggio a impegnarsi per una causa comune. Il movimento di *Occupy wall street* è riuscito a creare una comunità solida, una base su cui costruire le organizzazioni indispensabili per superare le sfide del futuro e le reazioni del potere.

- *«Vogliamo vivere in un mondo, dove le persone possono seguire i propri sogni. L'1% più ricco dovrebbe restituire il resto. Questo è in parte la speculazione, ma ho letto tutte le storie, e dalla mia memoria il "lavorato sodo" frase era sempre su come narratori o dei loro genitori/familiari si sono arricchiti per cominciare»* (si legge su occupywallstreet.org)

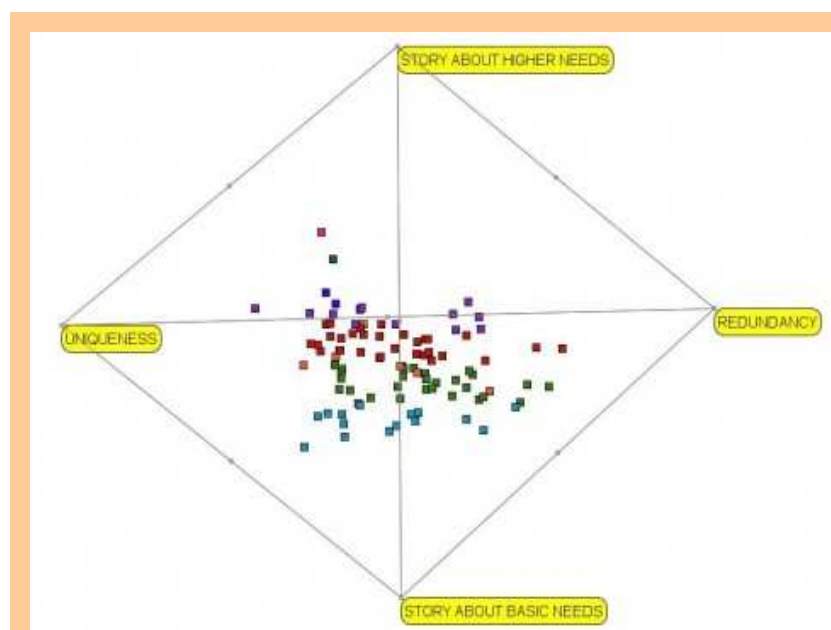
La meta analisi del "99%" delle persone, insieme per riuscire ad apportare un cambiamento economico. Il grafico riportato è ricavato da  sviluppato da *Cognitive-Edge.com*. Ogni punto sul grafico rappresenta la posizione di una storia. Da sinistra a destra, le storie costituite da parole uniche possono essere separate. Ogni storia del gruppo ha dei concetti che si ripetono come la famiglia. Più in particolare sul diritto di nascita, l'ereditarietà, la fiducia dei fondi e degli altri, più in generale meccanismi tesi a garantire la ricchezza che passa

da una generazione a quella successiva. Altre parole che vengono in mente sono dinastia, lignaggio, e *legacy*. Mentre non tutti i 97 racconti raccolti evidenziano sempre una delle *query*, il sottogruppo evidenzia la causa principale: i ricchi diventano sempre più ricchi, per tanto la ricchezza si accumula un po' per volta in una famiglia a un livello sostenibile.

- *Story Focus* (come una gerarchia di bisogni):
- bisogni di sussistenza
- Famiglia
- Educazione (cultura): conoscenza o istruzione
- Problema (adesione): cause alla radice
- Pari opportunità (partecipazione): rispetto, giustizia o dignità
- Auresponsabilità: opportunità
- Creatività (pratiche culturali): libera espressione

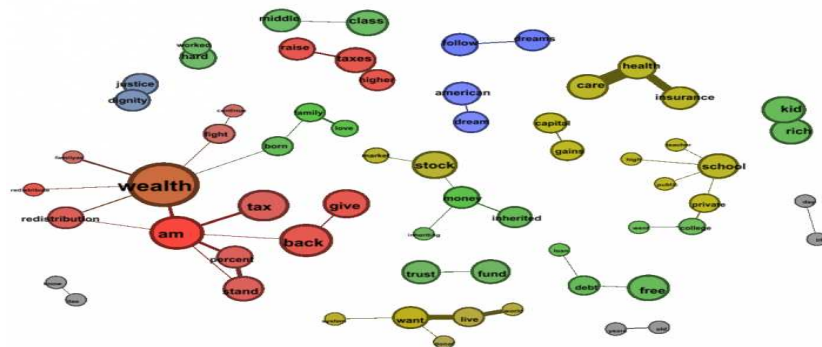
Così le storie sono assegnate a una delle sette categorie e inserite nel grafico. Ogni banda orizzontale di colore corrisponde a una delle aree di interesse. Il gruppo più numeroso di storie caduto in Root Cause categoria (29 su 97):

- *story about higher needs*: storia di esigenze superiori
- *story about basic needs*: storia di bisogni fondamentali
- *un queness*: dagli Stati Uniti
- *redundancy*: ridondanza



- «12:40 a.m. Police are barricading Washington Square Park from the public. Property not people»
- «9:48 p.m. 3,000 at Washington Square now, about to have a General Assembly, 70 arrests total for today»
- «8:30 p.m. Scanner says riot cops in full gear, nets»

What the 1% are saying in their stories on the whole (si interroga Chewy Chunks) che nell'analisi ricava il grafico di seguito:



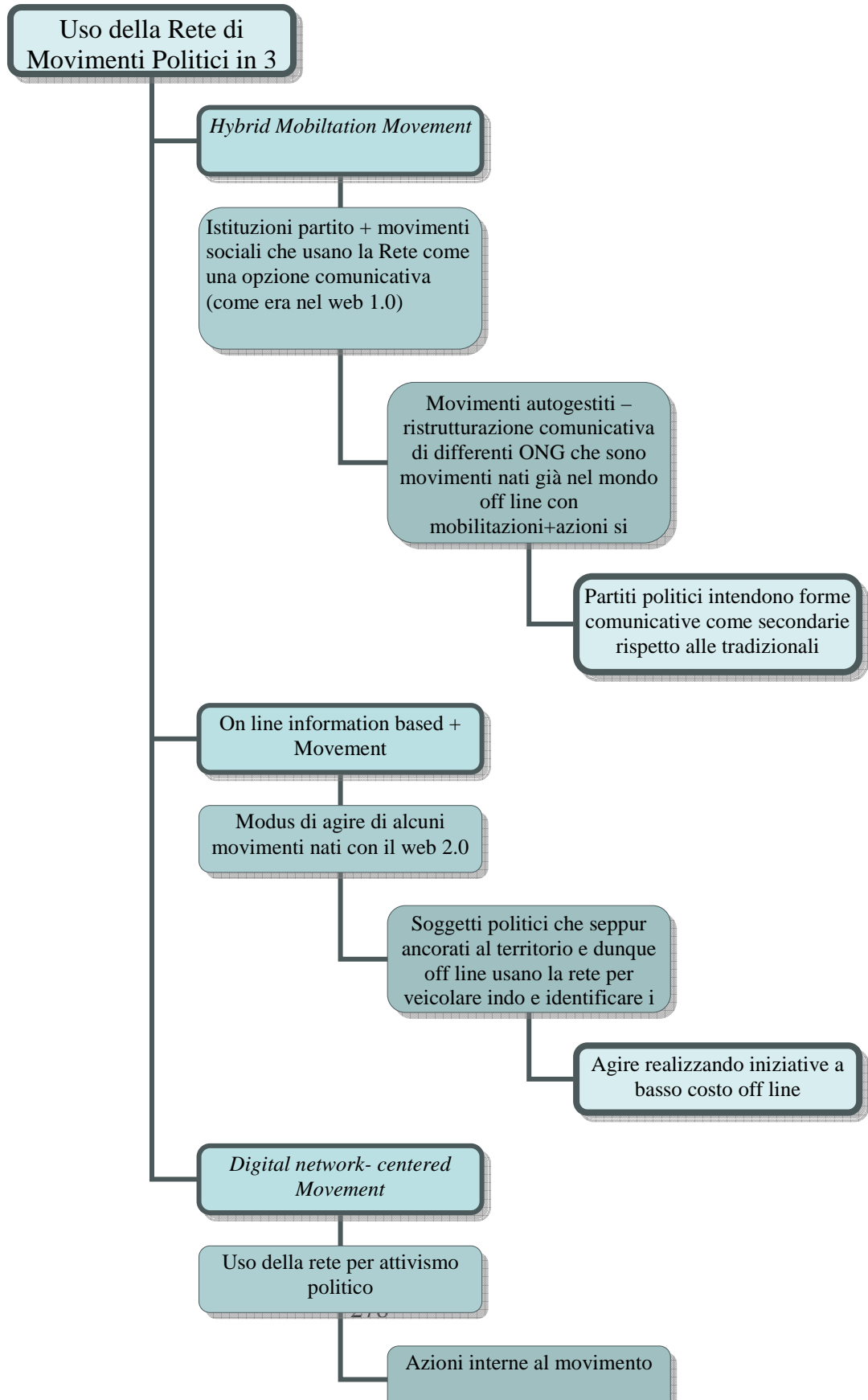
In cui i colori rappresentano:

il verde: riguarda le storie che si accomunano come nei fondi, ereditando il denaro, essendo debito libero, essendo nato in ricchezza, lavorando sodo, e andare a scuola senza bisogno di un prestito di studio.(non compare nel verde, ma un tema importante che ho notato:.. Persone che parlano dei loro genitori e nonni duro lavoro, dando loro la libertà di non aver mai a lavorare nella loro vita);

il rosso: riguarda quell'1% che solidali con il 99%, ricadono in questi e che chiedono di alzare le tasse, restituzione, redistribuzione della ricchezza, solidarietà con il 99%. Quest'ultimo soprattutto perché è ridondante il pensiero che «[...] amo la mia famiglia», nel senso di una trasmissione della ricchezza, da parte dei più anziani. Il messaggio di fondo da parte dei genitori e delle élite danarose è: «ti dò questi soldi perché ti amo. Se non lo vuoi, allora non vuoi il mio amore. I soldi come accettazione». Ci sono stati anche alcune storie

- «*Ho lasciato la scuola superiore. Non ho mai lavorato un giorno nella mia vita. Non sono mai andato all'Università. Ma faccio più soldi sulla mia "tolleranza" di un sacco di americani che lavorano ogni giorno per tutto il giorno*».

Condivisione di Post su: social media (Facebook, Twitter *et. al.*), siti, blog.



Domande dai social network:

	CIEIV		
interesse politica	interesse giovanile	interesse giovanile	interesse giovanile
conoscenza politica?			
È parte di associazioni giovanili?			
Le è mai capitato di?			
Per la tua partecipazione ai processi di?			
conoscenza?			

Emerge che è l'utente che ridefinisce il panorama mediale ed il suo stesso ruolo all'interno di esso e nel "mercato" compreso quello dell'*entertainment*. Utente che è al contempo creatore e consumatore di *entertainment* nel suo dialogo con gli altri (si autorappresenta). L'osservazione, il questionario via chat e on line, hanno permesso una ridefinizione delle pratiche di cittadinanza sulle reti sociali attivando una serie di dinamiche di partecipazione degli utenti (Multistakeholder) ed il loro coinvolgimento. Una ricerca che ha tenuto conto dell'evoluzione dei media e che per la velocità in cui questi mutano non vuole certo segnarne una descrizione definitiva, per quanto più vicina possibile ad un modello di lettura.

Conclusioni

Ragionare e capire sino in fondo la forza di una rivoluzione, qualunque sfera essa tocchi, principalmente mentre è in corso, si rivela un'impresa di certo non facile. Quante volte quelle che sembravano delle rivoluzioni, rivedute alla luce di una consapevolezza che la storia regala, possono apparire di fatto una semplice e superficiale agitazione? Ma in nessun altro momento si tratteggiano così tante speranze, attese e convinzioni come nel corso di una rivoluzioni (Ciotti, Roncaglia, 2000). Un presente in cui la rivoluzione digitale promette, grazie ai propri protagonisti e sostenitori, di cambiare in modo radicale e in meglio sia il funzionamento globale della società sia la vita degli individui. Pur tuttavia generando paralleli timori tra coloro che credono che tali rivoluzioni possano concepire involuzioni e regressioni. Alla base dei mutamenti in corso si pone una diffusione della tecnologia nella vita sociale. Una vita sociale in cui l'immaginazione acquista uno straordinario potere nella vita quotidiana degli uomini di diverse parti del mondo che sognano e immaginano una "vita possibile", più ricca di opportunità di quelle che avrebbero potuto sperare in passato per quel mutamento che ha avuto vita già con i mass media generalisti di massa (Beck, 2009, pp 73-74). L'evoluzione e l'affermarsi delle nuove tecnologie di informazione e comunicazione portano in sé nuove fasi di trasformazione: sostanziali cambiamenti nel funzionamento della politica e delle sue istituzioni, attraverso le nuove tecnologie della comunicazione, modificano gli stessi meccanismi della politica. Oltre che sostanziali mutamenti esistono nel modo di percepirsi della società civile e di ogni singolo cittadino, che nel pieno di una consapevole responsabilità, investe il proprio ruolo di consumatori dando vita a movimenti "culturali" al fine di supportare istanze rivolte al bene comune (si pensi in tal senso al movimento ecologista o anche al movimento delle donne interessato soprattutto a diffondere una cultura di uguaglianza delle donne). Movimenti culturali che trovano la propria culla principalmente in quei mutamenti culturali (intendendo per mutamenti culturali quei "valori e convinzioni elaborati dalla mente umana su scala sufficientemente ampia da interessare la società nel suo insieme"²⁰⁵) che si combinano con i cambiamenti politici. *In tale panorama, i media "globali" hanno assunto da un lato un ruolo importante in primis nei dibattiti sulla globalizzazione e poi, un ruolo rilevante nel risveglio culturale, collante fra le persone e gli stati-nazione.* Un soffio indisciplinato di ribellione in cui i conflitti alimentano i rapporti di relazione per un comune obiettivo, per un'azione collettiva che modifichi i codici della cultura imposti dall'alto, da un potere di dominio. *Per un conflitto che si espleta attraverso l'opposizione di un'azione collettiva che persegue alternative al dominio sociale, il controllo dell'allocazione delle risorse ed i contenuti della produzione e della diffusione delle informazioni, attraverso cui si definiscono gli orientamenti culturali della stessa vita sociale* (Farro, 2001, p. 206). Nella realtà aumentata il soggetto amplia la propria rete di conoscenze e si relaziona con

²⁰⁵ M. Castells, 2010, *Comunicazione e Potere*, Università Bocconi Editore, Milano, p. 379

individui dal bagaglio valoriale ed esperienziale diverso dal proprio. Entrando in contatto con soggetti differenti per esperienza e per conoscenza, l'individuo può aumentare il proprio capitale all'interno della società. Pertanto, un individuo che nel corso della propria esistenza si relaziona con altri soggetti, accrescerà le proprie conoscenze, così da rincorrere fini altrimenti difficilmente raggiungibili. Per questo motivo diviene importante la formazione di un capitale sociale che, grazie all'impegno di persone che si dedicano alla creazione di un mondo più vivibile e migliorabile per le generazioni attuali come per quelle future, si pone al centro di una relazione che ha come obiettivo un comune interesse da perseguire. Persone, "creatori attivi di una nuova cultura" (Cheli, Montecucco, 2009) che nell'esprimere il proprio interesse per la vita del pianeta, attraverso pratiche responsabili e di un consumo critico, svolgono azioni sensibili per uno stile di vita più sano e consapevole. Consapevolezza messa in rete attraverso i media sociali che costituiscono un enorme palcoscenico (digitale), di una società civile che si esprime in spazi di auto-organizzazione sociale. Spazi che possono essere esplorati in seno all'interagire del capitale sociale che assume importanza quanto più alto è il numero di "capitale umano" e di relazioni sociali in cui "l'individuo è inserito durante il processo di socializzazione" (Loury, 1977). Capitale umano inteso come accumulo di conoscenze e abilità con cui gli individui contribuiscono al processo produttivo e di ricchezza²⁰⁶. Le *relazioni* on line, come quelle off line di *mero incontro*, sono caratterizzate per non richiedere necessariamente la riconoscibilità dell'identità dell'altro quando ci si *incontra*, anche se le relazioni portatrici di capitale sociale sono quelle in cui l'identità dei partecipanti, più o meno duratura, sia riconosciuta, ipotizzando forme di solidarietà o reciprocità verificate attraverso un'osservazione diretta e prolungata e una partecipazione diretta alle pratiche quotidiane attraverso cui gli attori sociali costruiscono e ricostruiscono la cultura, negli spazi e nei tempi precisi di tale processo costruttivo, allo scopo di descrivere e spiegare il significato delle pratiche degli attori sociali (Giglioli *et al.* 2008, p. 1). Per tanto ho partecipato on line ad Occupy Wall Street, ho preso parte all'appuntamento nelle piazze mondiali (precisamente a Piazza Maggiore) con gli *Indignados*, seguendo in prima persona Rai per una notte, testimone della chiusura di un programma quale *Anno Zero*. Sperimentando che ciò che accade a quanti si uniscono nella "tribù" di *Occupy Wall Street* sono *scambi di reciprocità* che distinguono in sé *solidarietà di gruppo* e *fiducia imposta* (Portes, Sensenbrenner, 1993), attuando quei meccanismi, ben visibili nel 99% dei partecipanti, che permettono mobilitazione di capitale sociale. La *solidarietà* che si forma è nata da gruppi coesi legati sì da "legami forti" ma principalmente connessi in "legami deboli" (Granovetter, 1998, pp. 117 e ss.), agendo secondo

²⁰⁶ Per Bourdieu il capitale sociale deve essere spiegato solo in modo strumentale, come risorsa per le strategie individuale. Anche per Coleman il capitale sociale è del tutto strumentale tra un donatore e il controllo dell'identità dell'altro o la reciprocità di tipo universalistico. Anche in Portes e Sensenbrenner il concetto di capitale sociale è collegato a quello di reciprocità, ma non solo, anche all'interiorizzazione di valori, solidarietà collettiva ("sentimento del noi") coscienza di classe, di comunità, fiducia imposta (ottenuta attraverso ricompense o sanzioni emanate da un gruppo). Cfr. P. Bourdieu, 1980, *Le capital social: notes provisoires*, in *Actes de la Recherche en Science Sociales*, num. 3, pp. 3-5; A. Portes, J. Sensenbrenner, 1993, *Embeddedness and immigration: Notes on the social determinants of economic action*, in *American Journal of Sociology*, num. 98, pp. 1320-1350; A. Portes, 1998, *Social capital: Its origins and applications in modern sociology*, in *Annual Review of Sociology*, pp. 1-24.

principi di solidarietà di gruppo. Gli *obblighi di solidarietà* che nascono all'interno dei gruppi sono di *fiducia*, meglio ancora "fiducia interna" (Bagnasco, Piselli, Pizzorno, Trigilia, 2001). Una scelta razionale in termini di interesse che delineano le relazioni che sono andate costituendosi:

4. una potenziale cooperazione per fini comuni, così è il caso di quanti, nella figura di "operatori", stabiliscono accordi;

5. relazioni attraverso cui gli operatori, come sarebbe anche nel caso di operatori "economici", forniscono ulteriori informazioni sulla propria reputazione professionale;

6. una forma di reciprocità dilazionata, un *do ut des*, così che le persone che decidono di dare, divenendo attivi nel consumare e premiando quanti producono un contenuto "libero" si aspettino di ricevere, in quanto partecipanti, reali benefici nel futuro. Come il far desistere da nuove e possibili forme di censura, di una legge definita Bavaglio che ha interessato in tal senso ad esempio "Anno Zero", che rimanda al periodo totalitarista italiano, rimanendone traccia nella memoria storica.

Una modificazione, seppur minima, dell'identità degli individui che sono entrati in rapporto duale di "gratitudine" o meglio di "riconoscimento" fra i partecipanti a questi movimenti, quasi un *dono* che prende la forma di un "dono rituale" (Malinowski, Mauss, *et al*) in cui i partecipanti sono pronti a (ri)partecipare, dando vita, così come anche Pizzorno lo definisce, ad un *capitale sociale collettivo*. Nell'on line un social network come Facebook, ad esempio, declina il meccanismo del dono attraverso un armamentario come la funzione "scrivi sulla bacheca". Nei social media non si costituisce una cerchia di riconoscimento in grado di identificare "durevolmente ogni membro" tanto che si può ancora asserire che è "solo una comunità di riferimento ideale a cui si *immagina* di appartenere" (Bagnasco, Piselli, Pizzorno, Trigilia, 2001, p. 32).

Il capitale sociale diviene "cultura condivisa". Cultura intesa come "abitudine etica ereditata" che è la fonte della fiducia e costituisce il capitale sociale (Fukuyama, 1996). In cui la lotta tra cultura alta e bassa è anche una lotta di identità e appartenenza entro i confini dello Stato-nazione e nel rapporto con le persone. La cultura quotidiana (de Certeau, 1984) diviene importante tanto quanto la cultura dominante alta al fine di un'ampia comprensione della cittadinanza culturale che può essere definita da concetti legati ad un'esperienza soggettiva, al senso di connessione tra i cittadini, [...] *intendendo la cittadinanza nel senso di "Pubblico connesso"* (Mol, 2002; Couldry, Markham, Livingstone, 2007). I luoghi della rete sono abitati da politiche, da spazi per la connettività e territori digitali, in cui anche per Lyotard la domanda da porsi per comprendere il fenomeno in atto è: "chi decide cos'è il sapere, e chi cosa conviene decidere? Durkheim in tal caso indicherebbe probabilmente la necessità di identificare e tradurre in termini politici concreti gli spazi di comune interesse. Una questione, quella del sapere, nell'era dell'informatica che per alcuni è più che mai di governo. Se chi è governato diventerà un semplice cittadino o un cittadino della rete è una questione interessante e aperta su cui

ragionare. *Rispetto la cittadinanza convenzionale, la cittadinanza in Rete, dunque, in quella che è definita “democrazia digitale” è immaginata attraverso le flessibili e specializzate modalità televisive consumistiche della partecipazione politica (si pensi a talk show o programmi politici) che hanno avuto avvio negli Stati Uniti già negli anni cinquanta del secolo scorso.* Mentre le istituzioni non riescono a trovare soluzioni attivando vecchie forme di rappresentazione, lì dove il mercato detta le sue regole per una politica che disattende le istanze anche di rinnovamento dei cittadini. “Illeciti politici”, delegittimazione dei governi ma anche dei programmi politici che hanno alimentato l’affermarsi di network sociali nei quali si assiste alla privatizzazione della partecipazione, una “rivoluzione nella comunicazione personalizzata, uno a uno” (Bennett, 1998, p.745). *Una società dell’immagine ove si muove una cultura creativa di impegno civico.* Ambienti di relazione e connessione in cui è possibile la circolazione di idee e informazioni. Offrendo la possibilità di dar voce a quei gruppi sociali un tempo esclusi dal dibattito politico. I nuovi media sostengono la diffusione del “networking personalizzato” (Wellman, 2001) come forma dominante di legame sociale e gli utenti divengono in modo crescente co-produttori o produttori-consumatori (*prosumer*)²⁰⁷ di contenuto (sia modificando i prodotti medialti attraverso la condivisione e manipolazione, che producendo autonomamente contenuti *user generated*)²⁰⁸. Pratiche creative *bottom* “dal basso” che non solo alterano la relazione tra i consumatori e l’industria culturale, ma che di fatto rinnovano relazioni con le istituzioni e la politica (Jenkins, 2006), incoraggiando quelle che Bennett definisce “forme di partecipazione civica e mediale” (2008). Social media in cui si sperimenta la possibilità di una nuova forma di partecipazione civica, dove i cittadini divengono gli ideatori di un discorso pubblico alternativo.

Sviluppando un concetto del tutto nuovo di cittadinanza che già Connolly definiva essenzialmente controverso (1974)²⁰⁹. In generale si può dire che il concetto di cittadinanza si definisce in relazione al rapporto tra la nazione e lo Stato e le caratteristiche di appartenenza a quest’ultimo, l’identità, i diritti personali e in alcuni casi costituisce il livello di accesso ai servizi sociali. Un concetto che come si può comprendere si è andato modificando negli ultimi anni. La nozione tradizionale di cittadinanza è basata essenzialmente sui diritti

²⁰⁷ A. Toffler, 1980, *La Terza ondata*, Sperling & Kupfer, Milano. Il termine *prosumer*, coniato da Alvin Toffler come compressione delle parole produttore-consumatore, è ripresa anche da Kotler Philip nel 1986 nell’uso di “un nuovo tipo di consumatore”. “E’ anche coinvolto, almeno implicitamente, in attività di co-valore creazione” (Prahalad, Ramaswamy, 2004), dominante logica del servizio del marketing (Lush, Vargo, O’Brien, 2006). George Ritzer inizia a ragionarci nel suo famoso testo “McDonalizzazione della società” (G. Ritzer, 1983) in cui affronta la questione di come “mettere il cliente al lavoro” per riprenderlo successivamente soprattutto per Internet e il Web 2.0 (come sottolineato dallo stesso Ritzer) anche in (Tapscott, Williams, 2006).

²⁰⁸ Il contenuto generato dagli utenti (*User-Generated Content* o UGC in inglese) è nato nel 2005 negli ambienti del *web publishing* e dei new media per indicare il materiale disponibile sul web prodotto da utenti invece che da società specializzate. Essa è un sintomo della democratizzazione della produzione di contenuti multimediali reso possibile dalla diffusione di soluzioni hardware e software semplici ed a basso costo. Definizione in wikipedia, dizionario enciclopedico on line, in (http://it.wikipedia.org/wiki/Contenuto_generato_dagli_utenti)

²⁰⁹ Cfr J. L. Jensen., *Aspetti mutevoli della cittadinanza nell’era dei media digitali* (in <http://microsites.oii.ox.ac.uk/ipp2010/programme/40v>)

e sulla base formale di partecipazione politica. A conferma di una visione che non scarta la cultura e gli aspetti emozionali che si legano alla cittadinanza. Un concetto in cui si rende sempre più difficoltoso definire i confini tra politica e non politica principalmente alla luce di piattaforme multimediali dove i profili culturali di cittadinanza prendono forma e mutano al mutare di nuovi strumenti messi a disposizione dalle nuove tecnologie digitali. Tanto che mentre tv, radio o anche giornali, non avevano permesso un alto livello di interattività e coinvolgimento sociale, i social media invece divengono importanti nella vita sociale quotidiana di molte persone (più della metà degli italiani sono coinvolti nel *social networking*, in comunità e *forum* per la condivisione di contenuti). Tali riflessioni inducono a chiedersi qual è il valore di Internet nei dibattiti che prendono avvio attraverso petizioni che si muovono su social network, quale valore assume la partecipazione a gruppi o stili di vita e che differenza esiste con le forme di cittadinanza tradizionale? Utilizzando valutazioni qualitative, emerge che le dimensioni culturali e politiche devono oggi essere incluse nell'analisi dei modelli di cittadinanza. Viene ancora da chiedersi se gli usi di Internet per attività politiche nell'on line e off line, il capitale sociale e gli atteggiamenti di (s)fiducia verso lo Stato e le altre persone, costituiscono la base su cui ragionare per definire i nuovi ruoli del cittadino anche nella sua veste di consumatore? Di fatto il concetto di cittadinanza non si lega solo a diritti-doveri del cittadino ma anche al *sensu di appartenenza* alla comunità nazionale ed alle questioni di appartenenza ma *sono i diritti culturali, dei consumi e degli stili di vita che come aspetti della cittadinanza contribuiscono alla creazione della propria identità e appartenenza* (Stevenson, 2001; van Zoonen, 2005; Couldry, 2006). Prende forma una "cittadinanza culturale" con un senso di appartenenza e responsabilità limitatamente differente rispetto ai diritti e doveri di una cittadinanza formale. *Un esempio di attività che si inserisce in questo concetto allargato di cittadinanza diviene il consumo politico.*

Oggi, poi, Internet assume un ruolo primario nella facilitazione non solo di mobilitazioni autonome ma anche nel collegamento diretto tra partiti, candidati e potenziali sostenitori (Castells, 2010, p. 373). Un panorama nuovo si affaccia nella relazione tra i cittadini e la politica, grazie al supporto di reti digitali che permette di pensare ad un cambiamento di paradigma sulla cittadinanza, che potrebbe essere sintetizzata attraverso i due modelli suggeriti da Lance Bennett: il **modello D.C.** (*Dutiful Citizenship*) che offre la possibilità dei governi centralizzati e delle istituzioni di sviluppare iniziative politico/comunicative in modo esclusivo "*obligation to participate in government centered activities*" (obbligo di partecipare alle attività di governo).

Ma la *debacle* dei governi e programmi politici e parallelamente l'affermarsi dei social media ha determinato da un lato la costruzione delle reti di relazione e dall'altro la formazione di reti di relazione e partecipazione civile e politica. *Qui la cittadinanza si autodefinisce e autoattualizza dando vita al modello self actualizing citizenship o modello S.A.C.* (Bennett, 2008). In tale modello i fini individuali affiorano sul senso di obbligo nei confronti di un governo che non gode più della stessa fiducia del passato. Fini, che nel soddisfare i propri bisogni individuali, tenderanno a soddisfare anche quelli collettivi, non

attraverso il voto come strumento deputato a dettare le azioni del cambiamento, poiché questo è sempre meno significativo, ma attraverso i processi di *consumption* dei cittadini-consumatori in cui registrare forme nuove come la comunità di volontariato o l'attivismo transnazionale. Facendo salva la riflessione parsonsiana secondo cui nelle "società complesse" esistono momenti di una piena integrazione degli attori sociali intenzionali che hanno la necessità personale di trovare soddisfazione ai loro bisogni e alla loro voce. Achille Ardigò già nel 1980, scriveva della crisi di governabilità e i mondi vitali in cui gli interventi di politica sociale non trovano un nesso con gli interventi e le realizzazioni, che portano al manifestarsi di nuovi attori e formazioni sociali organizzate riconducibile al settore del volontariato. Per via dell'incapacità dei governi di realizzare i propri obiettivi di *welfare state* senza coinvolgere i soggetti attivi della società civile²¹⁰. Un "modello di convivenza sociale", dice Habermas, per cui la cittadinanza è inclusiva nel rispetto della libertà individuale, ma anche esclusiva in cui la nozione di cittadino trova la sua identità non in somiglianze etnico-culturali, bensì nella prassi dei cittadini che esercitano attivamente i loro diritti democratici di partecipazione e comunicazione. A contribuire alla crisi mondiale di legittimazione della politica vi è inoltre la politica mediata e quella scandalistica anche se è da mettere in chiaro che "il declino nella fiducia pubblica non equivale al declino della partecipazione politica" (Castells, 2010, p. 374), ma solo al suo trasformarsi. Il divario che intercorre tra fiducia nelle istituzioni ed il desiderio di azione politica, delinea i tratti nella crisi della democrazia. L'arte della politica "democratica" si definisce nell'abbattimento dei limiti alla libertà dei cittadini, ma anche nel rendere liberi i cittadini e per consentire a questi l'autolimitazione nel senso di stabilire, individualmente e collettivamente, i propri limiti individuali e collettivi (Bauman, 2002a, p. 6). Nelle reti sociali i cittadini-consumatori divengono protagonisti e creatori di contenuti/informazioni acquisendo un nuovo peso all'interno della società. Pur tuttavia le nuove forme di comunicazione non trovano riconoscimento nella legittimazione delle istituzioni politiche, nello sforzo di queste di accettazione di prassi alternative di *civic engagement* (inteso come impegno/partecipazione civica), ritenuto spesso inefficace. Di fatto i cittadini nella loro veste di consumatori attivi e critici, attraverso istanze partecipative, tentano di costruire un nuovo dialogo con le istituzioni. Principalmente grazie alla grande possibilità offerta dai media digitali di socializzazione e partecipazione nel discorso pubblico. Il "99%" indignati da un'iniquità economica si mobilitano per dar voce ai propri bisogni e argomenti rilevanti anche per la collettività. Un'indolenza politica a cui l'impegno della società civile (parlando ancora di *civic engagement*), indignata dalla precarietà e da una crisi economica sistemica, ha risposto attraverso nuove forme di attivismo sociale per cui sono i cittadini-consumatori a farsi carico dei beni comuni che lo Stato non protegge o non riesce a garantire. I media divengono strumenti non solo di circolazione delle notizie ma anche di creazione, rappresentazione e significati. Media come Internet in cui i cittadini sollevano la propria voce per darsi appuntamento nelle piazze simboliche. Ritrovando quel senso di collettività, appartenenza civica che ci fa sentire partecipi, grazie ai

²¹⁰ Cfr. C. Cipolla, R. Cipriani, M. Colasanto, L. d'Alessandro, 2010, (a cura), *Achille Ardigò e la sociologia*, Franco Angeli, Milano, pp. 37-38.

media sociali, di una società complessa in continua evoluzione. Attivando forme di partecipazione che rincorrono la coscienza critica dello spirito democratico per un progetto comune di benessere. Principalmente per quella (s)fiducia nelle istituzioni che, nel disancorarsi da quel senso di rispetto tradizionale delle democrazie, tende ad animare un disinteresse diffuso verso quelli che sono ritenuti gli “obblighi” del cittadino²¹¹. Il disincanto di una società civile verso la politica (tradizionalmente intesa) e l'emergere di spazi virtuali di condivisione, grazie alle innovazioni tecnologiche dei *new media*, favoriscono forme espressive per il potenziale individuale che un tempo sarebbe stato represso.

La dimensione del semplice voto come atto centrale del processo democratico viene superata dunque da una forma “creativa” di impegno politico che dal semplice voto elettorale passa all'adesione a movimenti che cercano di creare nuovi spazi di democrazia. In cui diminuisce il senso di obbligo nei confronti del governo. Un attivismo civico che in Italia trova esempio nella mobilitazione collettiva avvenuta durante il *referendum* sulla privatizzazione dell'acqua e l'energia nucleare. Per tale motivo si sono utilizzati, accanto ai tradizionali strumenti quali banchetti nelle piazze e volantinaggio, l'eco delle narrazioni via Internet in cui persone comuni hanno detto la loro su temi di rilevanza sociale. Dando manifestazione di come i cittadini non vogliono più e solo essere informati ma prendere parte alla vita politica, far sentire la propria voce. Una partecipazione civica che assume le forme dell'associazionismo sociale, il volontariato e l'adesione ad associazioni. I cittadini offrono il loro sostegno e il loro impegno a favore della comunità. Soprattutto da quando accanto alla sfiducia nei governi è andata accentuandosi quella nei tradizionali mezzi di comunicazione di massa, che in Italia ad esempio tendono sempre più a servire le informazioni del “politico-padrone”. Una diffidenza che spinge alla diffusione e uso di reti virtuali libere, in cui prendono forma azioni comunitarie che si strutturano sulla base di amicizie e relazioni tra pari (*peer to peer*), legami sociali gestiti principalmente dalle tecnologie informatiche interattive. *La dimensione del semplice voto come atto centrale del processo democratico viene superata dunque da una forma “creativa” di impegno politico che passa all'adesione a movimenti che cercano di creare nuovi spazi di democrazia.* Pur tuttavia le istituzioni faticano ad uscire dalla tradizionale visione di rappresentanza politica con il rischio che queste vengano delegittimate, nonostante l'evidenza di nuove forme di partecipazione civica attraverso i *new media*.

De facto i *new media*, permettono nuove forme di partecipazione politica in cui la minore significatività attribuita al voto dà vita ad un agire che è definito dal

²¹¹ Già Aristotele sosteneva che per essere realmente “umano” bisognava essere un cittadino attivo per la comunità [...]. Il “non prendere/o prendere parte alla gestione degli affari della comunità” significava per il filosofo “essere una bestia o un dio”. Questa era di certo una forma di cittadinanza che tende più a ritenere importanti gli obblighi dei cittadini verso la comunità piuttosto che i diritti conferiti ai cittadini della comunità. Ciò comportava che tutti avvertissero una forte affinità con la *polis*, il proprio destino era strettamente legato a quello della comunità. Differenze si constatano anche nell'antica Grecia e a Roma, per cui i cittadini erano pensati in termini di *status* dove chi era cittadino godeva di uno *status* più elevato dal “non cittadino” come ad esempio gli schiavi, i “barbari” o le donne (ritenute esseri irrazionali e incapaci di partecipazione politica). Pensiero che poneva Platone in disaccordo.

consumerismo. Politiche partecipative (Jenkins, 2007) di reti informali e organizzate, di un impegno civico, che se un tempo si esprimeva attraverso la tessera del partito o l'adesione a gruppi di interesse, oggi trova espressione nelle reti informali e organizzate non gerarchicamente.

*Spazio virtuale in cui le azioni di consumerismo, comunità di volontariato o attivismo transazionale²¹², non si disegnano più su posizioni asimmetriche di potere, dove istituzioni e società civile non si muovono più su spazi comuni. Una Rete di certo "democratica", nelle possibilità che offre a ogni produttore-consumatore di contenuto di narrarsi nel suo processo di *prosumption*²¹³, vicina alle esigenze dei cittadini e modellata sulle necessità individuali fornendo strumenti di messa in rete e condivisione garantite da applicazioni web flessibili e orizzontali. In rete si ha così la possibilità di osservare movimenti "singol-issue" che riflettono l'esperienza politica di gruppi promotori le cui azioni derivano il più delle volte da pulsioni individuali, inclinazioni personali e/o specifiche abitudini di vita che impongono il rispetto di determinate regole e/o consuetudini che si sono radicate con l'agire quotidiano. *Forme di cittadinanza* che si definiscono per Bennett (1998) secondo due concetti-ombrello paradigmatici:*

3. i giovani cittadini-consumatori ragionevolmente attivi e impegnati;
4. i giovani cittadini-consumatori disimpegnati (*unCivic culture*)

Il primo paradigma, quello dei "*giovani impegnati*", evidenzia implicitamente una differenziazione generazionale delle identità sociali, che hanno poi condotto alla crescente importanza delle reti tra pari nelle comunità on line. In tal caso nonostante un calo di credibilità e autenticità nei confronti di numerose istituzioni pubbliche le proprie scelte creative *facilitano il dovere alla partecipazione nelle attività centrate di governo. Aprendo nuove azioni civiche*

²¹² "Voting is less meaningful than other, more personally defined acts such as consumerism, community volunteering or transnational activism"

²¹³ Cfr. G. Ritzer, N. Jurgenson, 2008, *Producer, consumer... prosumer?* in "Consumption, Prosumption. The Nature of Capitalism in the Age of the Digital" *Prosumer*", Paper presentato all'incontro annuale dell'American Sociological Association, Boston, Maryland. Per *prosumption* si intende un processo che solo di recente è diventato un tema rilevante della letteratura sociologica. In chiave economicistica, Prahalad e Ramaswamy (2004) osservano questo fenomeno definendolo come "*co-creazione di valore*". Humphreys e Grayson (2008) hanno discusso di *prosumption* in relazione alla teoria marxiana. Zwick e altri (2008, pp. 163-196) collegano il concetto di *prosumption* alla teoria neo-marxista di Foucault, osservando come attraverso tale processo le imprese offrano nuove opportunità di libertà ai consumatori "il coinvolgimento dei consumatori in processi di cooperazione produttiva è fondato dalla loro necessità di riconoscimento, libertà e comportamento". Già Jean Baudrillard riconosce nella "società di consumatori" un allontanamento dalla tradizione marxiana alle spalle che riconosceva grande importanza alla produzione, riconoscendo la crescente centralità del consumo. Concentrandosi principalmente sulla "cultura del consumo" per descrivere il medesimo fenomeno. Nella nozione di cultura di consumo, invece che focalizzarsi sulla struttura della società dei consumi, si focalizza l'attenzione sulle norme, i valori e i significati associati alla società dominata dal consumo. Sull'onda di questa cultura nel 1980 Toffler sostiene che l'essere *prosumer* era tipico delle società pre-industriali, che lui definiva della "prima ondata".

nelle arene dei media sociali. “unCivic culture” (cultura non-civica)²¹⁴ per cui si riconfigura l’agire individuale in ambienti privi di spinte normative dettate da istituzioni e organizzazioni su emanazione diretta di bisogni e aspettative individuali.

“unCivic culture” si definisce sulla spinta di pratiche, di un agire sociale, per sviluppare temi e azioni “fuori” dal mondo politico e sociale tradizionalmente intesi. Così da sottrarsi al “controllo” istituzionale, rifiutando agende e imperativi dall’alto, privi spesso di motivazioni condivise o di obiettivi comuni. Dimensione, dunque, della cultura non-civica è data dal “doppio movimento” di chiusura/rifiuto e apertura/interazione. Nel rifiuto di uno Stato che esclude l’individuo dai principali processi decisionali per cui i soggetti rientrano dalla porta dei *mass media* in veste di “consumAttore d’informazione” capace, attraverso le nuove tecnologie, di accedere a forze comunicative e nuove potenzialità espressive: soggettive/collettive/neocollettive²¹⁵. Una spinta alla de-tradizionalizzazione e all’individualizzazione rafforzata dalle contingenti trasformazioni del mercato del lavoro (Beck, 2000; Bennett, 1998) che producono una cultura *uncivic* di partecipazione attivata dalla condivisione di campagne monotematiche, dalle preoccupazioni per gli stili di vita e per progetti biografici individuali. Nella “*Lifestyle politics*” (2008), “*microactivism*” (Marichal T., 2010) o “cittadinanza auto-manifesta”²¹⁶ (o modello S.A.C), si riconosce dunque un comune denominatore riscontrabile in comportamenti individuali e auto-determinati da un senso “politico” resi pubblici dai nuovi ambienti mediali “democratici”, in cui regna libertà di parola ed espressione di manifestazioni di pensiero/opinione dei soggetti che abitano la rete in modo creativo, anche negli usi eterogenei di tecnologie e strumenti. *Anche l’agire politico nei social network è un fenomeno complesso ma anche emergente che si rende necessario con la costituzione di un nuovo paradigma che, alla luce dei cambiamenti sociali, definisce la struttura dei movimenti e la partecipazione politica rispetto a concetti tradizionali*²¹⁷. Infatti, nonostante i governi e i sistemi di partito si

²¹⁴ “*The UnCivic Culture: Communication, Identity, and the Rise of Lifestyle Politics*”, articolo di L. W. Bennett, December 1998, in *Political Science & Politics*.

²¹⁵ Più volte è emerso il concetto di rimando ad un consumatore/Attore/cittadino di informazione nel corso di seminari e incontri voluti dal Ces.co.com (Centro studi avanzati sul consumo e la comunicazione) nel corso dell’anno accademico 2010/2011, a cui ho preso parte.

²¹⁶ Il concetto di “*Self actualizing citizenship*” è introdotto da Bennett nel senso della “cittadinanza che si auto-realizza” riprende uno dei termini utilizzati già in varie teorie psicologiche con connotazioni leggermente differenti. Il termine fu originariamente introdotto dal teorico organicista Kurt Goldstein allo scopo di realizzare il pieno potenziale personale. Nella visione di questo autore rappresenta il movente principale dell’organismo: “la tendenza alla auto-realizzazione nel modo più completo possibile, l’unità di auto-realizzazione”. Carl Rogers allo stesso modo scrisse della “forza curativa nella psicoterapia, la tendenza dell’uomo di realizzare se stesso, accentuare le proprie potenzialità [...] per esprimere e attivare tutte le capacità dell’organismo”. Cfr. C. Rogers, 1961, *On Becoming a Person: a therapist’s view of psychotherapy*, Houghton Mifflin Harcourt, London, pp. 350-351. Comunque il concetto è portato alla ribalta con maggior risalto nella teoria della gerarchia dei bisogni dell’antropologo Abram Maslow come il livello finale di sviluppo psicologico che può essere raggiunto “quando tutti i bisogni primari e psicologici sono soddisfatti e la realizzazione della piena realizzazione individuale ha luogo”.

²¹⁷ Importante a tal proposito è la letteratura offerta da Chadwick (2008) ma anche da Tim O’Rielly (2005) che seppur in chiave eminentemente “*technology centered*” definisce le applicazioni rilevanti del web 2.0. Così da poter utilizzare il concetto di partecipazione politica offerti da Verba, Scholzman e Brady e la definizione di movimenti sociali fornita da Sidney Tarrow, la rielaborazione teorica di Donatella della

sforzino di agire contro i cambiamenti nelle società, magari cadendo preda di corruzione e cattive politiche, i soggetti della rete tentano di riaffermare i propri diritti di (e)-*governance* attraverso azioni di *rimessa creativa*. Mentre oggi la politica si pone al centro di mutamenti personalizzanti, il senso di partecipazione ne costituisce la differenza. Si rende a tal punto evidente chiedersi cosa si intende per “civico”? Questo concetto intanto implica una certa idea di pubblico (come la *polis* o la sfera pubblica), intendendo con ciò un dibattito aperto sui temi di generale interesse sociale tra le persone, su cui non sempre tutti concordano. Un interesse che a volte in Internet assume le tendenze non solo dell’individualizzazione e della frammentazione sul dibattito sociale/politico, ma si costituisce come argomento di gruppi di nicchia, minando così quel senso civico che dovrebbe abbracciare e coinvolgere ogni cittadino. (S)fiducia verso le istituzioni che deve essere intesa antecedente all’ascesa di Internet.

Azioni collettive riscontrabili nel caso degli *indignados*, che dalle piazze spagnole si sono collegati con migliaia di altri *indignados* per dar voce e sostenere narrazioni di giovani senza lavoro, per cui si affacciano allarmanti disuguaglianze con sistemi di *welfare* inesistenti. Come nel caso dei “99%” (come si sono descritti i partecipanti di *Occupy* (occupiamo) *Wall Street*, che levano la propria voce dagli spazi simbolici dei detentori del potere finanziario (l’uno per cento che comunque non sono esclusi da una possibile scala sociale discendente). Come “Rai per una notte”, evento cross mediale, primo in Italia, che ha unito differenti mezzi di comunicazione di massa, ma anche quelle che Smythe (1981) definisce merce-audience prodotta nelle innumerevoli interazioni comunicative quotidiane che passano anche dagli spazi virtuali globali. Una produzione di senso nel contenuto informativo-culturale. Un valore accentuato da innumerevoli interazioni comunicative quotidiane. In spazi che vanno dall’abitazione alla grande distribuzione, dal locale, ai nuovi spazi virtuali globali. *Nella logica di una responsabilità che garantisca alle generazioni attuali, come a quelle future, uguali possibilità*. Prendendo atto che la politica non è più in grado di rispondere alle istanze dei cittadini, schiacciata dal colosso mercato. *I singoli si assumono le responsabilità per il perseguimento del bene comune*. Pertanto il *cittadino-consumatore*, al pari della *società civile*, è “un nome in codice che serve a indicare quelle persone che si assumono la responsabilità della propria vita” (Phillips, 1999, p. 59). *Assunzione di responsabilità che vuol dire capacità di giudizio, autonomia e solidarietà “che per molti studiosi sono i tre principali fattori dell’essere cittadino”* (Van Gunsteren, 1998, p.12). *Ipso facto* il consumo critico diviene uno strumento di reinvenzione dell’essere cittadino che acquisisce coscienza politica non solo da parte di uomini e donne ma anche di giovani.

Portando la politica sul mercato. Dando vita ad un’azione collettiva *individualizzata* (Micheletti, 2010) in cui i cittadini-consumatori si impegnano responsabilmente nel perseguimento del bene comune, creando spazi concreti

Porta. Il modello SPIN, realizzato da Gerlach ed Hines e rivisto dal solo Gerlach nel 2001 che ricostruisce le caratteristiche salienti in merito alle strutture organizzative dinamiche di funzionamento dei nuovi movimenti sociali.

e quotidiani per discutere dei problemi o per valutare il livello di vita. Partecipando attraverso un'azione collettiva collettivista. Azioni idealtipiche in cui i cittadini-consumatori vengono socializzati negli scenari organizzati per aderire e partecipare, assumendo responsabilmente per scopi comuni di una cultura pop che dal basso spinge verso argomenti di un interesse ben più forti di quelli dettati dalle forme di governo. Una controcultura sulla cultura dominante che lotta contro un totalitarismo scientifico e di mercato nel divario generazionale tra giovani che tentano di esprimere la loro dura vita, il controllo delle forze pubbliche e di mercato, e la gente che tenta di alzare nuove barriere nella dura lotta sociale. Reti che rappresentano "luoghi operativi il cui trasferimento, la vendita e l'utilizzo generano una nuova sfida per la *governance* su come creare, limitare, regolamentare gli spazi virtuali" (Castells, 2006). *Ove, di fatto, le norme culturali, i riti comuni come le alleanze strategiche sono a disposizione di chiunque voglia accederne* (Everard, 2000). L'arena digitale diviene uno spazio transnazionale in cui sorge un nuovo senso di cultura politica che trova una propria forma con il cadere delle grandi narrazioni che avevano costituito la modernità, a favore di "metanarrazioni" o favole della ragione e della libertà che vedono la scienza e la tecnologia portare a un graduale progresso gli individui e la società (Lyotard, 1981). La possibilità della Rete, di dar voce a individualità differenti, permette di osservare come non esiste un "pensiero unico" a cui riferirsi come pratica di "cittadinanza alternativa"²¹⁸.

Attraverso un'assunzione di responsabilità da parte dei cittadini che nella circolarità di intenti e connessioni dà forma ad una co-responsabilità di tutti gli attori intervenienti. Nuova tendenza di impegno politico. *Una compartecipazione per cui consumatori critici rivestono individualmente e collettivamente un ruolo centrale nel dibattito sulla responsabilità per la responsabilità* (Micheletti, 2010, p. 60). Una rete civica, ecosistema intelligente, multicanale e partecipata il cui accesso alla rete in generale possa essere inclusiva *e-inclusiv*, capace di dettare nuovi diritti digitali attraverso piattaforme per lo sviluppo dell'innovazione e strumento di *e-governance* della/nella città, aperta al contributo dei cittadini (*civic commons*). Un piano strategico i cui obiettivi saranno scritti e condivisi in rete attraverso *stakeholder* multipli²¹⁹ i cui temi (oltre l'ecologia ed il commercio alternativo) sono i diritti umani. Il consumo occupa una parte ampia della nostra vita assumendo anche un significato, come più volte ripetuto, politico,

²¹⁸ Ragionare in termini di cittadinanza (nel senso di essere cittadino), muovendo un passo indietro rispetto alla "cittadinanza alternativa", porta con sé sia diritti ma anche responsabilità. Di fatto la "cittadinanza attiva" si muove verso il concetto di un miglioramento della comunità da parte dei cittadini, attraverso la partecipazione economica, politica ma anche di volontariato al fine di un miglioramento della vita di ciascun individuo/cittadino. Virginia Leary sostiene che "Dal tempo della civiltà greco-romana, il concetto di cittadinanza ha definito i diritti e i doveri nel mondo occidentale (...) Così che il concetto di cittadinanza è da tempo acquisito come un insieme di diritti, in primo luogo, di partecipazione politica alla vita della comunità, al diritto di voto e al diritto a ricevere protezioni determinate dalla comunità, come rispondere agli obblighi". Cfr. Leary V., 2000, *Cittadinanza. Diritti umani e diversità*, in Cairns A. C., Courtney J. C., MacKinnon P., Michelmann H. J., Smith D. E., *cittadinanza, la diversità e il pluralismo: prospettive comparate e canadesi*, McGill-Queen's Press.

²¹⁹ Cfr. <http://www.portaleservizi.comune.bologna.it> (rete civica di Bologna – il sito di Iperbole 2020). In cui poter lasciare un'idea, un progetto, un consiglio, una proposta. Narrazioni della città che vengono elaborate anche dal contributo dei blogger della città di Bologna che la vivono.

economico, sociale. Principalmente i cittadini stanno chiedendo di avere diritti nel mercato (Hirshman, 2000). A questo aspetto si somma il processo di globalizzazione che ha permesso una messa in relazione della vita dei cittadini in modo nuovo in diverse parti del mondo. Cittadini-consumatori che acquistano così un ruolo attivo di produttore, per stili di vita sostenibili. *Un'individualizzazione, in cui i cittadini-consumatori integrano le preoccupazioni personali a quelle pubbliche e della società, non rinunciando totalmente agli interessi personali. Il consumo critico sta diventando un modo di fare politica nel mondo globalizzato, post moderno, orientato alla governance e individualizzato (Micheletti, 2010, p. 209). Un interesse personale quotidiano (virtù privata) o per la preoccupazione di un benessere comune per via del consumo quotidiano (virtù pubblica).* Virtù pubblica/privata che dà vita ad un'azione collettiva. Nel caso del referendum sull'acqua, virtù pubbliche di attori della politica si incontrano con le virtù private dei diritti dei singoli cittadini che si sono unite stabilendo un legame di fiducia, per cui cittadini e istituzioni di opposizione hanno creato un ponte esprimendo la propria scelta nell'atto di voto. Una coalizione che rafforza la legittimità dell'affidabilità di occhi indignati «*non pagheremo i conti della vostra crisi*». Un'immagine nuova, non di "cittadini disaffezionati" ma poggiante sul paradigma dello "sfasamento culturale" (Loader, 2007, pp. 3-19): *i cittadini-consumatori si spostano verso spazi e network informali e non gerarchici. Spazi di una nuova socializzazione politica.*

*La politica però non scompare ma si privatizza, individualizza, frammenta e si compone in una pluralità di relazioni sociali andando oltre le limitazioni imposte dal sistema politico tradizionale. La partecipazione si costituisce in un consumerismo politico che si struttura all'interno di reti non gerarchiche in cui si sviluppano azioni individuali attraverso il social networking (Norris, 2002). un contesto più ampio di educazione e promozione della cittadinanza alla cultura partecipativa (Freschi, 2009) i cittadini-consumatori preferiscono spazi on line auto organizzati e non istituzionali più che quelli di e-democracy istituzionali. L'attivismo digitale, che vede un coinvolgimento soprattutto delle fasce che si vengono a definire "giovani" pur interessando soglie dai trenta ai quarant'anni, come emerge dalla ricerca Euroycat, si riferisce ai movimenti dei lavoratori precari e particolarmente quelli che affrontano la precarietà nel lavoro creativo e della società della conoscenza (Freschi, 2006). Lavoratori questi per cui la precarietà diviene il fattore che costringe le biografie individuali dentro la categoria dei "giovani" per ciò che riguarda gli stili di vita e stili di consumo. Ricerche empiriche e le osservazioni dei casi presi in esame mettono in luce come la partecipazione attraverso i *new media* come forma non istituzionale, ai fini della partecipazione, deve essere ritenuta una realtà in cui i protagonisti maggioritari sono le nuove generazioni. Creando una contronarrazione mediatica capace di ridefinire la quantità e la qualità delle informazioni, imponendo a tutti di cercare il senso di ciò che si racconta, uno scambio-dono.*

I mercati divengono generatori della visione del mondo che si muove attorno al denaro, al consumo ed al lavoro. Sfuma in tale contesto l'idea di un benessere proveniente dall'ideologia liberista o al più creata dalla crescita del prodotto interno lordo. Nelle società in cui si rende più evidente il consumo

incospicuo (che riguarda beni non convenzionali, come il tempo dedicato alla famiglia, il tempo libero *etc.*), il benessere è più elevato. Lì dove invece il consumismo è presente, la soddisfazione che se ne ha è temporanea. Diviene per tanto necessario distinguere tra “beni posizionali” e “beni relazionali” (De Biase, 2007). *Così, se le relazioni hanno un senso di felicità al di là delle soddisfazioni materiali, il senso di ciò che si fa in Rete è vicino alla fonte della felicità.* I media partecipati offrono proprio la possibilità di trasmettere contenuti di senso anche nell'agevolare relazioni tra le persone. Internet diviene la rivoluzione, mondo di persone e di culture differenti che prendono coscienza su informazioni di comune beneficio e corresponsabilmente si uniscono attraverso la Rete, partecipando per perseguire il comune obiettivo di beni irrinunciabili e comuni, di relazioni tese proprio al bene comune. *La società della conoscenza sembra apparire l'unico valore aggiunto.* L'imperativo diviene la “responsabilità della cultura per un mondo sostenibile”²²⁰. Il consiglio di Lisbona, già nel marzo 2000, pone al centro del dibattito la conoscenza come fattore della competitività. *Gli esseri umani immaginano una serie di attività e possibilità future di sviluppo della personalità dotate di senso per stare bene.* Essere istruiti è fondamentale per un superamento del concetto di capacità umane (*abilities*), nell'idea delle capacità che la società può dare o negare all'individuo (*capabilities*). Un concetto che di certo va oltre l'istruzione e che si stringe tra libertà “negativa” e libertà “positiva”. Se nel primo caso l'assenza di vincoli rende l'individuo libero perché nessuno gli impedisce di fare qualcosa, nella libertà positiva l'individuo può realizzare il proprio potenziale umano. Attraverso nuove competenze che sono combinazioni tra il vivere esperienze culturali capacitanti e l'espandere le libertà positive, rappresentate da capitale culturale, simbolico, identitario. Solo le società in grado di dotarsi di questi capitali “per sostenere la innata propensione degli individui a vivere esperienze culturali di stimolo alla creatività potranno competere sulla scena dell'innovazione” (Sacco, Segre, 2006). *Ciò a dire che per accorciare le diseguaglianze si può attivare un meccanismo di sostenibilità tra la domanda e l'offerta di consumo/produzione attraverso l'acquisizione di conoscenze e competenze.* Un circolo virtuoso di pratiche e conoscenze che permette di ponderare eventualmente le migliori scelte di consumo responsabile. Una partecipazione dunque accresciuta da consapevolezza e da nuove forme di interazione e dialogo. Una responsabilità che da individuale trova miglior definizione nell'idea di essere condivisa, espressione pratica in nuovi stili di vita consapevoli, responsabili e per tanto sostenibili. Una circolarità di pratiche creative capaci di attivare una mutua condivisione di conoscenza e condivisione di informazioni e obiettivi capaci di unire una moltitudine nel cerchio della partecipazione. Ripetutamente verificabile come è stato nel caso di **Rai per una notte** e delle relazioni di Rete. Trasmeso in Internet e su alcuni canali digitali il 25 marzo 2010 come contronarrazione del divieto di “messa in onda” emanata dal direttivo delle reti Rai in periodo di campagna elettorale. “Sciopero bianco” promosso dalla FNSI (Federazione Nazionale della stampa italiana) e dall'Usigrai, condotto da Michele Santoro. Attorno a Rai per una notte è nata un'alleanza tra coloro che si sentivano “orfani della libertà di circolazione delle

²²⁰ Su *Culturability* (Fondazione Unipolis) in <http://www.culturability.it>

idee violate dal divieto di organizzare in televisione dibattiti politici nel periodo pre-elettorale”: tale alleanza, oltre agli sponsor, ha reso possibile la nascita di una comunità di utenti che si sono riconosciuti in una comunicazione che aveva la forza e la prontezza del parlare dal vivo e la diffusività e la capillarità delle trasmissioni nel web. Lo conferma anche durante l'intervista telefonica Luca Rosini, giornalista di Anno Zero e figura significativa nell'organizzazione al Paladoc di Bologna. Come per gli **Indignados** – i giovani spagnoli che hanno portato in piazza la propria rabbia contro la precarietà e la crisi economica, soprattutto a *Plaza de Catalunya* a Barcellona come a *Puerta del Sol* a Madrid, costituitisi principalmente per la crisi economica e la disoccupazione, a monte della protesta. Problemi che accomunano una moltitudine di cittadini che riconoscendosi come Movimento 15 maggio, hanno sfidato ogni divieto per denunciare tutta la propria indignazione in **Occupy Wall Street**. Studiando il flusso di comunicazione che si catalizza intorno al “brand” *Occupy Wall Street* o *Indignados* oppure Rai per una notte, individuando il flusso comunicativo, da cui emergono le visioni del mondo nella condivisione d'identità, un aggregato comunicativo che scorre e viene prodotto da particolari nodi delle Rete, per cercare il senso di immagini, focalizzandosi sulle “pratiche di consumo”, attraverso l'uso dell'etnografia digitale che prescrive che la comprensione di una popolazione debba avvenire a partire dall'osservazione e dalla partecipazione diretta alle pratiche quotidiane attraverso cui gli attori sociali costruiscono e ricostruiscono la cultura, negli spazi e nei tempi precisi di tale processo costruttivo, si è definito il modello chiamato **Le 4C del Modello** >

Cultura (presa coscienza/informazione) > Coadesione (affiliazione) > Co-partecipazione (organizzazione) > Corresponsabilità (azioni collettive) > Culturability

❖ *Cultura*: intesa come strumento di “libertà effettiva”, di scelta individuale per interpretare e leggere correttamente le prospettive essenziali che vengono proposte.

❖ *Co-adesione*: inseguendo un sogno comune, un obiettivo identificabile e condiviso da quanti aderiscono, attori che sentono incarnarsi non solo nell'idea e ideale del contenuto ma che ritengono l'obiettivo plausibile e giusto da perseguire. L'individuo, in quanto consumatore, va oltre quell'enfasi edonistica di consumismo dettata dalla creazione fantastica del significato dei beni da parte del soggetto, oltre quel desiderio “romanticistico” (Campbell, 1987) capace di tradurre in realtà i piaceri creati e goduti nell'immaginazione, di quella creazione di illusioni individuali, avendo già abitato e portato, con il proprio comportamento, il “castello di sogni romantici” nella “gabbia di ferro della necessità economica”²²¹, si appresta ora ad *illuminarlo*. Criticando razionalmente, gli attori co-aderenti si muovono partecipando tutti insieme.

²²¹ Cfr. C. Campbell, 1987, *L'etica romantica e lo spirito del consumismo moderno*, Edizioni lavoro, Roma; P. Parmigiani, 1997, *Consumo e identità nella società contemporanea*, Franco Angeli, Milano

❖ *Co-partecipazione*: attraverso l'importante presa di coscienza e responsabilità capace di mettere in luce che azioni e contenuti sono importanti per la buona riuscita dell'obiettivo/sogno prefissato, avendo ancor prima consapevolezza del tema sollevato e delle necessità che ad esso si legano.

❖ *Corresponsabilità*: La Rete ha permesso di dar voce a cittadini-consumatori che attraverso la propria attiva partecipazione riformulano le linee di azione attraverso un'autorappresentazione che sfocia in forme di consumo consapevole, di una responsabilità condivisa da parte dei cittadini-consumatori che hanno sposato un universo valoriale, di contronarrazione alla narrazione, per promuovere percorsi di autoregolamentazione nell'ottica del bene comune, in cui ognuno assume in sé la propria parte in base alle proprie funzioni ed alle proprie competenze.

❖ *Cultura/pratiche*: Una moltitudine di consumatori/cittadini uniti in un rapporto orizzontale, dal basso, che lasciano la via della responsabilità individuale per muoversi verso una responsabilità condivisa, apprendendo e organizzandosi attraverso la Rete, coaderendo e compartecipando corresponsabilmente su temi che ritengono rilevanti avendo preso coscienza dell'ambiente e delle sue problematiche, per poi ritrovarsi nella *real life* per rafforzare le proprie azioni dotate di senso.

Cittadini/consumatori consapevoli, che attraverso le proprie pratiche, ricostruiscono la cultura per divenire gli "eroi" globali.

Appendice

SEGRETEZZA DEI DATI FORNITI CON IL PRESENTE QUESTIONARIO

Si fa presente ai sensi della legge 675/1996 e del successivo D.L.vo 196/2003 che tutte le informazioni raccolte con i questionari saranno utilizzate esclusivamente per scopi di ricerca scientifica (art. 12, c. 1, punto d). I dati raccolti nell'ambito della presente indagine, inoltre, sono tutelati dal segreto statistico e pertanto non possono essere comunicati o esternati se non in forma aggregata, in modo che non se ne possa fare alcun riferimento individuale, e possono essere utilizzati solo per scopi statistici (art. 9 del decreto legislativo 6 settembre 1989, n. 322). I dati raccolti infine verranno resi anonimi, in sede di trattamento informatico, ai sensi dell'art. 1, c.2 punto i) della legge 675/1996.

1. SESSO

- ☐ SESSO maschio ☐ femmina

2. ETA'

- ☐ ETà 13-18 ☐ 26-34 ☐ 41-50
☐ 19-25 ☐ 35-40 ☐ >50

3. RESIDENZA

4. TITOLO DI STUDIO

- ☐ TITOLO DI STUDIO nessun titolo ☐ media inferiore ☐ laurea
☐ licenza elementare ☐ media superiore ☐ master o dottorato

5. PROFESSIONE

- ☐ PROFESSIONE Imprenditore ☐ Impiegato, militare di carriera
☐ Dirigente/quadro aziendale ☐ operaio/comMESSO/bracciante/apprendista
☐ Insegnante ☐ studente
☐ Commerciante/agricoltore/artigiano ☐ pensionato
☐ Casalinga ☐ disoccupato
☐ Libero professionista

6. DA QUANTO TEMPO SEI ISCRITTO A FACEBOOK?

- ☐ DA QUANTO TEMPO SEI ISCRITTO A FACEBOOK? ☐ 2 anni ☐ 4 anni
☐ meno di un anno ☐ 3 anni ☐ più di 4 anni
☐ 1 anno

7. CHE COSA IN MODO MAGGIORE TI HA SPINTO AD ISCRIVERTI?

- ☐ CHE COSA IN MODO ☐ per conoscere un nuovo
MAGGIORE TI HA SPINTO AD modo di comunicare
ISCRIVERTI? il consiglio di un ☐
amico per non rimanere escluso dal
nuovo modo di relazionarsi
- ☐ perché ce l'avevano tutti
- Altro (specificare)

8. QUANTO TEMPO PASSI SU FACEBOOK?

- ☐ QUANTO TEMPO PASSI ☐ tra le 3 e le 5 ore al giorno ☐ mi collego occasionalmente
SU FACEBOOK? meno di un'ora ☐ più di 5 ore al giorno ☐ lo tengo sempre aperto anche
al giorno quando svolgo altre attività
- ☐ tra le 2 e le 3 ore al giorno

9. QUAL'È IL MOMENTO DELLA GIORNATA IN CUI TI COLLEGHI MAGGIORMENTE?

- ☐ QUAL'È IL MOMENTO DELLA GIORNATA ☐ la sera
IN CUI TI COLLEGHI MAGGIORMENTE? la ☐ lo tengo sempre aperto anche quando svolgo
mattina altre attività
- ☐ il pomeriggio

10. QUANTI AMICI HAI APPROSSIMATIVAMENTE SU FACEBOOK?

- ☐ QUANTI AMICI HAI ☐ 300-700 ☐ >1000
APPROSSIMATIVAMENTE SU ☐ 700-1000
FACEBOOK? <100
- ☐ 100-300

11. QUANTI DEI TUOI AMICI DI FACEBOOK FREQUENTI ANCHE NELLA VITA REALE?

- ☐ QUANTI DEI TUOI AMICI DI FACEBOOK ☐ tra 30 e 50
FREQUENTI ANCHE NELLA VITA REALE? ☐ sopra i 50
meno di 10
- ☐ tra 10 e 30

12. TRA I TUOI AMICI DI FACEBOOK, SONO PRESENTI (barrare tutte le voci che ti riguardano):

- ☐ TRA I TUOI AMICI DI ☐ datori di lavoro ☐ aziende
FACEBOOK, SONO PRESENTI ☐ esponenti politici
(barrare tutte le voci che ti ☐ venditori
riguardano): associazioni ☐
- ☐ sindacati
- ☐ colleghi di lavoro

13 QUANDO TI COLLEGHI A FACEBOOK, LA PRIMA COSA CHE FAI, DI SOLITO, È:

- ☐ QUANDO TI COLLEGHI A FACEBOOK, LA PRIMA COSA CHE FAI, DI SOLITO, È:
- ☐ guardare il profilo degli amici ☐ giocare
- ☐ comunicare con gli amici
- ☐ aggiornare lo status ☐ aggiornarti sulle novità dei gruppi a cui sei iscritto
- ☐ controllare la home
- ☐ pubblicare link/video/foto

Altro (specificare)

14. CON QUALE FREQUENZA VISITI IL PROFILO DI:

	Molto	Abbastanza	Poco	Per niente
*CON QUALE FREQUENZA VISITI IL PROFILO DI:				
amici che frequenti nella vita reale	<input type="checkbox"/> amici che frequenti nella vita reale Molto	<input type="checkbox"/> amici che frequenti nella vita reale Abbastanza	<input type="checkbox"/> amici che frequenti nella vita reale Poco	<input type="checkbox"/> amici che frequenti nella vita reale Per niente
Conoscenti	<input type="checkbox"/> conoscenti Molto	<input type="checkbox"/> conoscenti Abbastanza	<input type="checkbox"/> conoscenti Poco	<input type="checkbox"/> conoscenti Per niente
amici persi di vista	<input type="checkbox"/> amici persi di vista Molto	<input type="checkbox"/> amici persi di vista Abbastanza	<input type="checkbox"/> amici persi di vista Poco	<input type="checkbox"/> amici persi di vista Per niente
amici conosciuti su Facebook	<input type="checkbox"/> amici conosciuti su Facebook Molto	<input type="checkbox"/> amici conosciuti su Facebook Abbastanza	<input type="checkbox"/> amici conosciuti su Facebook Poco	<input type="checkbox"/> amici conosciuti su Facebook Per niente
colleghi di lavoro	<input type="checkbox"/> colleghi di lavoro Molto	<input type="checkbox"/> colleghi di lavoro Abbastanza	<input type="checkbox"/> colleghi di lavoro Poco	<input type="checkbox"/> colleghi di lavoro Per niente
Sconosciuti	<input type="checkbox"/> sconosciuti Molto	<input type="checkbox"/> sconosciuti Abbastanza	<input type="checkbox"/> sconosciuti Poco	<input type="checkbox"/> sconosciuti Per niente
persone con cui hai avuto una relazione	<input type="checkbox"/> persone con cui hai avuto una relazione Molto	<input type="checkbox"/> persone con cui hai avuto una relazione Abbastanza	<input type="checkbox"/> persone con cui hai avuto una relazione Poco	<input type="checkbox"/> persone con cui hai avuto una relazione Per niente

16. CON QUALE FREQUENZA CONDIVI LINK RIGUARDANTI:

	Molto	Abbastanza	Poco	Per niente
*CON QUALE FREQUENZA CONDIVI LINK RIGUARDANTI:				
Musica	<input type="checkbox"/> musica Molto	<input type="checkbox"/> musica Abbastanza	<input type="checkbox"/> musica Poco	<input type="checkbox"/> musica Per niente
Citazioni	<input type="checkbox"/> citazioni Molto	<input type="checkbox"/> citazioni Abbastanza	<input type="checkbox"/> citazioni Poco	<input type="checkbox"/> citazioni Per niente

	Molto	Abbastanza	Poco	Per niente
notizie politiche	<input type="checkbox"/> notizie politiche Molto	<input type="checkbox"/> notizie politiche Abbastanza	<input type="checkbox"/> notizie politiche Poco	<input type="checkbox"/> notizie politiche Per niente
ambiente/animali	<input type="checkbox"/> ambiente/animali Molto	<input type="checkbox"/> ambiente/animali Abbastanza	<input type="checkbox"/> ambiente/animali Poco	<input type="checkbox"/> ambiente/animali Per niente
cronaca locale	<input type="checkbox"/> cronaca locale Molto	<input type="checkbox"/> cronaca locale Abbastanza	<input type="checkbox"/> cronaca locale Poco	<input type="checkbox"/> cronaca locale Per niente
cronaca nazionale	<input type="checkbox"/> cronaca nazionale Molto	<input type="checkbox"/> cronaca nazionale Abbastanza	<input type="checkbox"/> cronaca nazionale Poco	<input type="checkbox"/> cronaca nazionale Per niente
pubblicizzazione di eventi	<input type="checkbox"/> pubblicizzazione di eventi Molto	<input type="checkbox"/> pubblicizzazione di eventi Abbastanza	<input type="checkbox"/> pubblicizzazione di eventi Poco	<input type="checkbox"/> pubblicizzazione di eventi Per niente
Satira	<input type="checkbox"/> satira Molto	<input type="checkbox"/> satira Abbastanza	<input type="checkbox"/> satira Poco	<input type="checkbox"/> satira Per niente

17 SU FACEBOOK CON QUALE FREQUENZA COMUNICHI CON:

	Molto	Abbastanza	Poco	Per niente
persone che frequenti anche nella vita reale	<input type="checkbox"/> *SU FACEBOOK CON QUALE FREQUENZA COMUNICHI CON: persone che frequenti anche nella vita reale Molto	<input type="checkbox"/> persone che frequenti anche nella vita reale Abbastanza	<input type="checkbox"/> persone che frequenti anche nella vita reale Poco	<input type="checkbox"/> persone che frequenti anche nella vita reale Per niente
persone che non hai mai visto nella realtà	<input type="checkbox"/> persone che non hai mai visto nella realtà Molto	<input type="checkbox"/> persone che non hai mai visto nella realtà Abbastanza	<input type="checkbox"/> persone che non hai mai visto nella realtà Poco	<input type="checkbox"/> persone che non hai mai visto nella realtà Per niente
persone che hai perso di vista nella vita reale e che hai ritrovato su Facebook	<input type="checkbox"/> persone che hai perso di vista nella vita reale e che hai ritrovato su Facebook Molto	<input type="checkbox"/> persone che hai perso di vista nella vita reale e che hai ritrovato su Facebook Abbastanza	<input type="checkbox"/> persone che hai perso di vista nella vita reale e che hai ritrovato su Facebook Poco	<input type="checkbox"/> persone che hai perso di vista nella vita reale e che hai ritrovato su Facebook Per niente
colleghi di lavoro	<input type="checkbox"/> colleghi di lavoro Molto	<input type="checkbox"/> colleghi di lavoro Abbastanza	<input type="checkbox"/> colleghi di lavoro Poco	<input type="checkbox"/> colleghi di lavoro Per niente

18. PER COMUNICARE CON I TUOI AMICI DI FACEBOOK CHE FREQUENTI ANCHE NELLA VITA REALE, UTILIZZI PRINCIPALMENTE:

☐ PER COMUNICARE CON I TUOI AMICI DI FACEBOOK CHE FREQUENTI ANCHE NELLA VITA REALE, UTILIZZI PRINCIPALMENTE: chat

- ☐ post in bacheca
- ☐ messaggi privati

***19. PER COMUNICARE CON I TUOI AMICI DI FACEBOOK CHE NON CONOSCI O CONOSCI POCO NELLA VITA REALE, UTILIZZI PRINCIPALMENTE:**

- ☐ PER COMUNICARE CON I TUOI AMICI DI FACEBOOK CHE NON CONOSCI O CONOSCI POCO NELLA VITA REALE, UTILIZZI PRINCIPALMENTE: chat
- ☐ post in bacheca
- ☐ messaggi privati
- ☐ non comunico con persone che non conosco

21. DA QUANDO SEI ISCRITTO SU FACEBOOK QUANTO HAI RINFORZATO I SEGUENTI LEGAMI?

	Molto	Abbastanza	Poco	Per niente
con gli amici che frequenti abitualmente	<input type="checkbox"/> *DA QUANDO SEI ISCRITTO SU FACEBOOK QUANTO HAI RINFORZATO I SEGUENTI LEGAMI? con gli amici che frequenti abitualmente Molto	<input type="checkbox"/> con gli amici che frequenti abitualmente Abbastanza	<input type="checkbox"/> con gli amici che frequenti abitualmente Poco	<input type="checkbox"/> con gli amici che frequenti abitualmente Per niente
con gli amici persi di vista	<input type="checkbox"/> con gli amici persi di vista Molto	<input type="checkbox"/> con gli amici persi di vista Abbastanza	<input type="checkbox"/> con gli amici persi di vista Poco	<input type="checkbox"/> con gli amici persi di vista Per niente
con colleghi di lavoro	<input type="checkbox"/> con colleghi di lavoro Molto	<input type="checkbox"/> con colleghi di lavoro Abbastanza	<input type="checkbox"/> con colleghi di lavoro Poco	<input type="checkbox"/> con colleghi di lavoro Per niente
con parenti	<input type="checkbox"/> con parenti Molto	<input type="checkbox"/> con parenti Abbastanza	<input type="checkbox"/> con parenti Poco	<input type="checkbox"/> con parenti Per niente

22. . DA 1 A 5, IN CUI 1 RAPPRESENTA IL MINIMO E 5 IL MASSIMO, QUANTO UTILIZZI FACEBOOK PER:

	1	2	3	4	5
comunicare gli amici vecchia data	<input type="checkbox"/> *. DA 1 A 5, IN CUI 1 RAPPRESENTA IL MINIMO E 5 IL MASSIMO, QUANTO UTILIZZI FACEBOOK PER: comunicare con	<input type="checkbox"/> comunicare con gli amici vecchia data 2	<input type="checkbox"/> comunicare con gli amici vecchia data 3	<input type="checkbox"/> comunicare con gli amici vecchia data 4	<input type="checkbox"/> comunicare con gli amici vecchia data 5

	1	2	3	4	5
	gli amici di vecchia data 1				
comunicare con gli amici che avevi perso di vista	<input type="checkbox"/> comunicare con gli amici che avevi perso di vista 1	<input type="checkbox"/> comunicare con gli amici che avevi perso di vista 2	<input type="checkbox"/> comunicare con gli amici che avevi perso di vista 3	<input type="checkbox"/> comunicare con gli amici che avevi perso di vista 4	<input type="checkbox"/> comunicare con gli amici che avevi perso di vista 5
conoscere nuovi amici	<input type="checkbox"/> conoscere nuovi amici 1	<input type="checkbox"/> conoscere nuovi amici 2	<input type="checkbox"/> conoscere nuovi amici 3	<input type="checkbox"/> conoscere nuovi amici 4	<input type="checkbox"/> conoscere nuovi amici 5
organizzare eventi	<input type="checkbox"/> organizzare eventi 1	<input type="checkbox"/> organizzare eventi 2	<input type="checkbox"/> organizzare eventi 3	<input type="checkbox"/> organizzare eventi 4	<input type="checkbox"/> organizzare eventi 5
informarti su notizie di tipo politico/culturale	<input type="checkbox"/> informarti su notizie di tipo politico/culturale 1	<input type="checkbox"/> informarti su notizie di tipo politico/culturale 2	<input type="checkbox"/> informarti su notizie di tipo politico/culturale 3	<input type="checkbox"/> informarti su notizie di tipo politico/culturale 4	<input type="checkbox"/> informarti su notizie di tipo politico/culturale 5
cercare nuove opportunità lavorative	<input type="checkbox"/> cercare nuove opportunità lavorative 1	<input type="checkbox"/> cercare nuove opportunità lavorative 2	<input type="checkbox"/> cercare nuove opportunità lavorative 3	<input type="checkbox"/> cercare nuove opportunità lavorative 4	<input type="checkbox"/> cercare nuove opportunità lavorative 5
Giocare	<input type="checkbox"/> giocare 1	<input type="checkbox"/> giocare 2	<input type="checkbox"/> giocare 3	<input type="checkbox"/> giocare 4	<input type="checkbox"/> giocare 5
trovare partner	<input type="checkbox"/> trovare un/a partner 1	<input type="checkbox"/> trovare un/a partner 2	<input type="checkbox"/> trovare un/a partner 3	<input type="checkbox"/> trovare un/a partner 4	<input type="checkbox"/> trovare un/a partner 5

***23. A CHE TIPO DI GRUPPI SEI ISCRITTO SU FACEBOOK?(più di una risposta possibile)**

<input type="checkbox"/> A CHE TIPO DI GRUPPI SEI ISCRITTO SU FACEBOOK?(più di una risposta possibile)	<input type="checkbox"/> sportivo	<input type="checkbox"/> informazione
<input type="checkbox"/> politico	<input type="checkbox"/> musicale	<input type="checkbox"/> non sono iscritto a gruppi
<input type="checkbox"/> ambientalista	<input type="checkbox"/> culturale	
<input type="checkbox"/> ludico		

Altro (specificare)

***24. NEI GRUPPI A CUI SEI ISCRITTO:**

<input type="checkbox"/> NEI GRUPPI A CUI SEI ISCRITTO: partecipi attivamente alle discussioni	<input type="checkbox"/> controlli gli aggiornamenti, non partecipi con post e commenti	<input type="checkbox"/> non ti interessi dei contenuti
--	---	---

***25. HAI MAI PARTECIPATO NELLA VITA REALE AD EVENTI ORGANIZZATI SU FACEBOOK?**

<input type="checkbox"/> HAI MAI PARTECIPATO NELLA VITA REALE AD EVENTI ORGANIZZATI SU FACEBOOK?	<input type="checkbox"/> no
<input type="checkbox"/> si	

26. SE SI, DI CHE TIPO? (più di una risposta possibile)

- ☐ SE SI, DI CHE TIPO? (più di una risposta possibile) manifestazione politica
- ☐ festa
- ☐ evento culturale
- ☐ evento sportivo
- ☐ flash mob

Altro (specificare)

27. NELLA TUA ESPERIENZA QUALE EVENTO PUBBLICIZZATO SU FACEBOOK HA AVUTO UN MAGGIORE SUCCESSO NELLA REALTÀ?

NELLA TUA ESPERIENZA QUALE EVENTO PUBBLICIZZATO SU FACEBOOK HA AVUTO UN MAGGIORE SUCCESSO NELLA REALTÀ?

***28. SOLITAMENTE QUAL È LA TUA PRINCIPALE FONTE D'INFORMAZIONE?**

- ☐ SOLITAMENTE QUAL È LA TUA PRINCIPALE FONTE D'INFORMAZIONE? ☐ radio ☐ siti internet
- ☐ giornali ☐ blog ☐ social network
- ☐ televisione

***29. NELLA TUA ESPERIENZA L'USO DI FACEBOOK SI È SOSTITUITO, IN PARTICOLARE, A QUALE STRUMENTI DI COMUNICAZIONE:**

- ☐ NELLA TUA ESPERIENZA ☐ e-mail ☐ msn/skype
- L'USO DI FACEBOOK SI È SOSTITUITO, IN PARTICOLARE, A QUALE STRUMENTI DI COMUNICAZIONE:

Altro (specificare)

***35. SEI ISCRITTO AD ALTRI Social Networks? QUALI?**

- ☐ SE SI, QUALI? myspace ☐ linkedin ☐ badoo
- ☐ twitter ☐ anobii ☐ flickr

Altro (specificare)

Gestito da SurveyMonkey Crea adesso gratuitamente le tue indagini on-line!

Bibliografia

- Abruzzese A., Borrelli D., (2000), *L'industria culturale*, Carocci Editore, Roma
- Alinsky S., (1971), *Proxies for People. A Vehicle for Involvement. An interview with Saul Alinsky*, Yale Review of Law and Social Action
- Almond G., Verba S., (1963), *The civic culture: Political attitudes and democracy in five nations*, Princeton University Press, Princeton NY
- Alteri L., Raffini L., (2007), *Interesse per la politica e mobilitazione*, in Bontempi M., Pocaterra R.
- Althusser L., Balibar E. (1971), *Leggere Il capitale*, Feltrinelli, Milano
- Amato G., Varaldo R., Lazzeroni M., (a cura), (2007), *La città nell'era della conoscenza e dell'innovazione*, Franco Angeli, Milano
- Anderson C., (2007), *La coda lunga*, Codice Edizioni, Torino
- Anderson D. M., Cornfield M., (2002), *The Civic Web: On line Politics and Democratic Values*, Rowman & Littlefield, Lanham
- Anderson B., (1996), *Comunità immaginate: origini e diffusione dei nazionalismi*, Manifestolibri, Roma
- Ang I., (1996), *Global media/local meaning*, in *Living Room Wars: Rethinking Media Audiences for a Postmodern World*, Routledge, Londra
- Angulhon. M., (1993), *Il salotto, il circolo e il caffè, tr. it.* Roma, Donzelli
- Apel K. O., (1992), *Etica della comunicazione*, Jaca Book, Milano
- Archer M. S., (2006), *La conversazione interiore. Come nasce l'agire sociale*, Centro studi Erickson, Gardolo (Tn)
- Ardigò A., Mazzoli L., (a cura), (1990), *L'ipercomplessità tra socio-sistemica e cibernetiche*, Franco Angeli, Milano
- Arena G., (2006), *Cittadini attivi*, Laterza, Roma-Bari
- Arendt H., (1994), *Vita activa. La condizione umana*, Bompiani, Milano
- Arnould E.J., Thompson C.J. (2005), *Consumer Culture Theory (CCT): Twenty Years of Research*, Journal of Consumer Research, 31 March
- Arvidsson A.E. (2009), 'The Ethical Economy: Towards a Post-capitalist theory of value', *Capital & Class*, 33:1, (Spring 2009)
- Arvidsson A.E., (2006), *Brands. Meaning and value in media culture*, Routledge, London
- Appadurai A., (2001), *Modernità in polvere*, Meltemi Editore, Roma
- Aspers P., Uddhammar E., (2007), *Dopo la virtù. Saggio di teoria morale*, Armando, Roma
- Bagnasco A., Piselli F., Pizzorno A., Trigilia C., (2001), *Il capitale sociale. Istruzioni per l'uso*, il Mulino, Bologna

- Bagnasco A., (1994), *Regioni, tradizione civica, modernizzazione italiana: un commento alla ricerca di Putnam*, in "Stato e mercato", num. 40
- Banfield E., (1961), *Le basi morali di una società arretrata*, il Mulino, Bologna
- Barabási A. L., (2004), *Link. La scienza delle reti*, Einaudi, Torino
- Baraldi C., Corsi G., Esposito E., (1996), *Luhmann in glossario*, Franco Angeli, Milano
- Barbalet J. M., (1992), *Cittadinanza*, Liviana, Padova
- Bartolini S., (2010), *Manifesto per la felicità, Come passare dalla società del ben-avere a quella del ben-essere*, Donzelli editore, Roma
- Baudrillard J., (1996), *Il delitto perfetto*, Cortina editore, Milano
- Bauman Z., (2008), *Modernità liquida*, Laterza, Roma Bari
- Bauman Z., (2004), *Globalizzazione e glocalizzazione*, Armando Editore, Roma
- Bauman Z., (2004a), *Lavoro, consumismo e nuove povertà*, Città Aperta, Troina
- Bauman Z., (2003), *Voglia di comunità*, Laterza, Bari-Roma
- Bauman Z., (2003a), *Una nuova condizione umana*, Hoepli, Roma
- Bauman Z., (2002), *Dentro la globalizzazione. Le conseguenze sulle persone*, Laterza, Bari-Roma
- Bauman Z., (2002a), *La solitudine del cittadino globale*, Feltrinelli, Milano
- Beck U., (2009), *Che cos'è la globalizzazione. Rischi e prospettive della società planetaria*, Carrocci Editore, Roma
- Beck U., (2003), *La società cosmopolita. Prospettive dell'epoca postnazionale*, il Mulino, Bologna
- Beck U., (2001), *I rischi della libertà. L'individuo nell'epoca della globalizzazione*, il Mulino, Bologna
- Beck U., Beck-Gernsheim E., (2001), *Individualization*, Sage, London
- Beck U., (2000), *La società del rischio: verso una seconda modernità*, Carrocci, Roma
- Beck U., (1997), *The Reinvention of Politics*, Polity, Oxford
- Beck U., Giddens A., Lash S., (1999), *Modernizzazione riflessiva. Politica, tradizione ed estetica nell'ordine sociale della modernità*, Asterios, Trieste
- Bell D., (1978), *Le contraddizioni culturali del capitalismo: un magistrale dialogo sui fondamenti e sul futuro della democrazia politica nella società contemporanea*, Luigi Einaudi, Torino
- Belardinelli S. et al., (1997), *La società civile in Italia*, Mondadori, Milano
- Belardinelli S., Allodi L., *Sociologia della cultura*, Franco Angeli, Milano
- Bennett L. W., (2009), *News: The politics of Illusion*, 8th ed., Longman, New York
- Bennett L. W., (2008), *Civic life online: learning how digital media can engage youth*, the MIT Press, Massachusetts

- Bennett L.W., (2008a), *Civic Learning in Changing Democracies: Challenges for Citizenship and Civic Education*, in Peter Dahlgren (Ed.), *Young Citizens and New Media: Learning and Democratic Engagement*, Routledge, New York
- Bennett W. L., (2007), *News: The politics of Illusion*, 7th ed., Longman, New York
- Bennett W. L., (1990), *Toward a theory of press-state relations in the United States*, Journal of communication, 40-2
- Bennett M. J., (2007), *Principi di comunicazione interculturale*, Franco Angeli, Milano
- Bentivegna S., (2009), *Diseguaglianze digitali. Le nuove forme di esclusione nella società dell'informazione*, Laterza, Bari
- Benton T., (2002), *Social theory and ecological politics: reflexive modernization or green socialism?* in "Sociological Theory and the environmental", ed. R. E. Dunlap *et al.*, Lanham: Rowman & Littlefield, 252-273
- Bettin Lates G., (2007), *Prefazione*, in Bontempi M. Pocaterra R.
- Bettin Lates G., (1999), (a cura), *Giovani e democrazia in Europa*, Cedam, Padova
- Bianchetti, C., (2008), *Urbanistica e sfera pubblica*, Donzelli Editore, Roma
- Bimber B., (2003), *Compaigning On-Line: The Internet in US Elections*, Oxford University Press, Oxford
- Bimber B., (2003 a), *Information and American Democracy: Technology in the Evolution of Political Power*, Cambridge University Press, Cambridge
- Blumer H., (2009), *La metodologia dell'interazionismo simbolico*, Armando Editore, Roma
- Blumler J. C., Gurevitch M., (1995), *The crisis of public communication*, Psychology Press, eBook
- Bobbio N., (1999), *Teoria generale della politica*, Einaudi, Torino
- Bobbio N., Matteucci N., (1976), *Dizionario di politica*, Utet, Roma
- Boccia Artieri G, *Deriva sociale della telematica: dalle community network alle reti civiche italiane*, «Sociologia della comunicazione», n. 30
- Boccia Artieri G, (2004), *I media-mondo*, Meltemi, Roma
- Boccia Artieri G, (2002), *Farsi altro. Per una sociologia della moltitudine*, Franco Angeli, Milano
- Boccia Artieri G, (1998), *Lo sguardo virtuale (Itinerari socio-comunicativi nella deriva tecnologica)*, Franco Angeli, Roma
- Boissevain J., (1974), *Friends of friends*, Basil Blackwell, Oxford
- Bolter J. D., Grusin R., (2003), *Remediation. Competizione e integrazione tra media vecchi e nuovi*, Guerini, Roma
- Bonelli L. (2001), *La paura, lucrosa rendita della politica*, "Le Monde Diplomatique/Il Manifesto"
- Boni F., (2004), *Etnografia dei media*, Laterza, Roma-Bari

- Bontempi M., Pocaterra R., (2007), *I figli del disincanto. Giovani e partecipazione politica in Europa*, Bruno Mondadori, Milano
- Borgato R., Capelli F., Ferraresi M., (2009), *Facebook come. Le nuove relazioni virtuali*, Franco Angeli, Milano
- Bosco N., (2002), *Dilemmi del welfare – politiche assistenziali e comunicazione pubblica*, Guerini, Milano
- Bosetti G., (2007), *Spin: Trucchi e tele-imbrogli della politica*, Venezia, Marsilio
- Boudon R., (1981), *Effetti «perversi» dell'azione sociale*, Feltrinelli, Milano
- Bourdieu P., (1995), *La précarité est aujourd'hui partout*, in *Contre-feux: Propos pour servir la résistance contre l'invasion néolibérale*, Liber-Raisons d'Agir, Paris
- Bourdieu P., (1992), *An invitation to reflexive modernization*, Polity Press, Cambridge
- Bourdieu P., (1984), *Distinction: A Social Critique of the Judgement of Taste*, Cambridge, MA: Harvard University Press
- Bourideu P., (1980), *Le capital social: notes provisoires*, in *Actes de la Recherche en Science Sociales*, num. 3
- boyd D., (2009), *Social Media is Here to Stay... Now what?*, Microsoft research Tech Fest, Redmond, 26 febbraio, Washington
- Braudel F., (1997), *Dinamica del capitalismo*, il Mulino, Bologna
- Broussard D. C., (a cura), (1999), *Miti e Archetipi. Linguaggi e simboli della storia e della politica*, vol I, II ed. accresciuta, Edizioni ETS, Pisa
- Brubaker R., (1992), *Citizenship and Nationhood in France and Germany*, Harvard University Press, Cambridge
- Castells M., (2010), *Comunicazione e Potere*, Università Bocconi Editore, Milano
- Castells M., (2006), *Galassia Internet*, Feltrinelli Editore, Milano
- Castells M., (2002a), *La nascita della società in rete*, EGEA, Università Bocconi, Milano
- Castells M., (2002b), *L'età dell'informazione: economia, società, cultura*, Università Bocconi, Milano
- Cesareo V., (2000), *Globalizzazione e contesti locali: una ricerca sulla realtà italiana*, Franco Angeli, Milano
- Cesareo V. (1989), *L'icona Tecnologica. Immagini del progresso, struttura sociale e diffusione dell'innovazione in Italia*, Torino, Edizioni della Fondazione G. Agnelli
- Chayko M., (2002), *Connecting. How We Form Social Bonds and Communities in the Internet Age*, Suny press, Albany
- Cavalli A., de Lillo A., (1988), *Giovani Anni 80, Secondo rapporto IARD sulla condizione giovanile in Italia*, il Mulino, Bologna
- Cheli E., Montecucco N. F., (2009), *I creativi culturali. Persone nuove e nuove idee per un mondo migliore. Una panoramica delle ricerche internazionali*, Xenia Edizioni, Milano

- Cioni E., Marinelli A., (2010), *Le reti della comunicazione politica. Tra televisioni e social network*, Firenze University Press, Firenze
- Ciotti F., Roncaglia G., (2000), *Il mondo digitale. Introduzione ai nuovi media*, Editori Laterza, Roma-Bari
- Cipolla C., Cipriani R., Colasanto M., d'Alessandro L., (2010), (a cura), *Achille Ardigò e la sociologia*, Franco Angeli, Milano
- Chomsky N., (1994), *Il potere dei media*, Vallecchi, Firenze
- Coleman S., (2008), *From Big Brother to Big Brother: Two Faces of Interactive Engagement*, in Dahlgren P. (Ed.), *Young Citizens and New Media: Learning and Democratic Engagement*, Routledge, New York
- Coleman J. S., (1990), *Foundations of social theory*, Belknap Press of Harvard University Press, Cambridge
- Cellamare. C., (2008), *Fare città. Pratiche urbane e storie di luoghi*, Elèuthera, Milano
- Colozzi I., (1995), *Cittadinanza e società postmoderna. E' ancora attuale l'idea di bene comune?*, in "Aggiornamenti sociali"; n. 1
- Commissione Europea (2006), *Libro Bianco su una Politica Europea di Comunicazione*
- Cook W. D., (1977), *Adult Literacy Education in the United States*, International Reading Association, Newark
- Csikszentimihalyi M., Schneider B., (2002), *Diventare adulti*, Raffaello Cortina Editore, Milano
- Curran J., (2002), *Media and Power*, London, Routledge
- Dahlgren P., (2007), *Young Citizens and New Media. Learning for Democratic Participation*, Routledge, New York
- Dal Lago A., (1994), *Il conflitto della modernità. Il pensiero di Georg Simmel*, il Mulino, Bologna
- Daly H. E., (1991), *Economia ecologica e sviluppo sostenibile*, in Oikos, 1991-4
- De Biase L., (2007), *Economia della Felicità. Dalla blogosfera al valore del dono e oltre*, Bianca Feltrinelli, Milano
- De Biase L., (2001), *In nome del popolo mondiale. Connessi, contaminati, cosmopoliti*, Fazi, Roma
- De Certeau M., (2001), *L'invenzione del quotidiano*, Edizioni Lavoro, Roma
- De Giorgi A. (2000), *Zero Tolleranza. Strategie e pratiche della società di controllo*, DeriveApprodi, Roma
- De Kerckhove D., (1998), *Connected Intelligence: The Arrival of the Web society*, Somerville, Toronto
- Della Porta, D., Mosca L., (2006), (a cura), *Globalizzazione e movimenti sociali*, ManifestoLibri, Roma
- De Leonardis O., (1998), *In un diverso welfare. Sogni e incubi*, Feltrinelli, Milano

- De Luca D., (2007), *Giovani divisi fuori e dentro la politica*, in Buzzi C., Cavalli A., de Lillo A., *Rapporto giovani. Sesta indagine dell'Istituto IARD sulla condizione giovanile in Italia*, il Mulino, Bologna
- Diamanti I., (2009), *La messa in scena della democrazia*, "ComPol"; 1:25-34
- Diamanti I., (1999), (a cura), *La generazione invisibile. Inchiesta sui giovani del nostro tempo*, IlSole24ore, Milano
- Donati P., Terenzi P., (2006), (a cura), *Invito alla sociologia relazionale. Teoria e applicazioni*, FrancoAngeli, Milano.
- Donati P., (2005), *Sociologia della persona e cittadinanza: luoghi ed esplorazioni di una cittadinanza delle persone umane*, in Gruppo SPE. *Sociologia della persona, (a cura), Verso una sociologia della persona*, Franco Angeli, Milano
- Donati P., Colozzi I., (2001), *Generare il "civile": nuove esperienze nella società italiana*, il Mulino, Bologna
- Donati P., (2000), *La cittadinanza societaria*, Laterza, Roma-Bari
- Donati P., (1997), *La società civile in Italia*, Mondadori, Milano
- Downing J. D. H., (2003), *The independent media center movement*, in Couldry D., Curran J., (a cura), *Contesting media power: Alternative Media in a Networked World*, Rowman and Littlefield, Lahnham
- Doyle G., (2003), *Understanding Media Economics*, Sage, Londra
- Drukman J. N., Kifer M. J., Parkin M., (2007), *The Technological Development of Congressional Candidate Web Sites: How and Why Candidates Use Web Innovations*, "Social Science Computer Review"
- Ducci G., (2009), *Cittadini e istituzioni nei social network*, in Mazzoli L., (2009), (a cura), *Network effect. Quando la rete diventa pop*, Codice edizioni, Torino
- Ducci G., (2007), *Pubblica amministrazione e cittadini: una relazionalità consapevole. Gli sviluppi di una comunicazione pubblica integrata*, Franco Angeli, Milano
- Dunleavy P., Margetts H., Bastow S., Tinkler J., (2006), *New Public Management Is Dead. Long Live Digital-Era Governance*, "Journal of Public Administration Research and Theory"
- Eco U., (1967), *Per una guerriglia semiologica*, relazione al Convegno "Vision 67", New York
- Edwards B., Foley M. W., (1997), *Social Capital, Civil Society and Contemporary Democracy*, Sage, Thousand Oaks
- Entman R. M., (2004), *Projection of Power: Framing News, Public Opinion and US Foreign Policy*, University of Chicago Press, Chicago
- Eriksen T. H. (2003), *Tempo tiranno. Velocità e lentezza nell'era informatica*, Elèuthera, Milano
- Evans P., (1997), *State Society Synergy: Government Action and Social Capital in Development*, International and Area Studies Publications, UC, Berkley

- Evans P., (1995), *Embedded autonomy. States and industrial transformation*, Princeton University Press, Princeton NY
- Everard J., (2000), *Virtual States: The Internet and the Boundaries of the Nation-State*, Routledge, Londra
- Faccioli F., (2000), *Comunicazione pubblica e cultura del servizio. Modelli, attori, percorsi*, Carocci, Roma
- Faggiano M. P., (2012), *Gli usi della tipologia nella ricerca sociale empirica. Strumenti per le scienze sociali*, Franco Angeli, Milano
- Farro A. L., (2001), *I movimenti sociali. Diversità, azione collettiva e globalizzazione*, Franco Angeli, Milano
- Ferraro A., Montagano G., (a cura), (1994), *La scena immateriale. Linguaggi elettronici e mondi virtuali*, Costa&Nolan, Genova
- Ferrarotti F., (2003), *Che cos'è la società*, Carocci Editore, Roma
- Ferrarotti F., (1965), *Max Weber e il destino della ragione*, Laterza, Roma-Bari
- Ferri P., (2004), *Fine dei mass media. Le nuove tecnologie della comunicazione e le trasformazioni dell'industria culturale*, Guerini, Milano
- Fiske J., (1987), *Television culture*, Methuen & Co, London
- Fisher C. S., (1982), *To dwell among friends: Personal networks in town and city*, The University of Chicago Press, Chicago
- Formenti C., (2009), *Se questa è democrazia. Paradossi politico-culturali dell'era digitale*, Manni Editore, Lecce,
- Formenti C., (2008), *Cybersoviet. Utopie postdemocratiche e nuovi media*, Raffaello Cortina, Milano
- Foucault M. (2005), *Antologia*, Feltrinelli, Milano.
- Foucault M., (1994), *Poteri e strategie*, Mimesi Edizioni, Milano
- Foucault M., (1991), *The Foucault Effect: Studies in Governmentality*, (a cura), Burchell G., Gordon C., Miller P., University of Chicago Press, Chicago
- Foucault M., (1980), *Storia della sessualità. La volontà di sapere*, Feltrinelli, Milano
- Freschi A. C., (2008), *Lontano dalla rete civica. Reti virtuali e partecipazione dieci anni dopo*, in Santoro M., (a cura), *Nuovi media, vecchi media. Cultura in Italia*, Vol. I, il Mulino, Bologna
- Freschi A. C., (2002), *La società del saperi*, Carocci, Roma
- Friedman M., (1999), *Consumer Boycotts. Effecting Change through the Marketplace and the Media*, Routledge, New York
- Fukuyama F., (1996), *Fiducia*, Rizzoli, Milano
- Gallino L., (2003), *La scomparsa dell'Italia industriale*, Einaudi, Torino
- Gallino L., (1989), *Sociologia della politica*, Utet, Torino

- Galperin H., Mariscal J., (2007), (a cura), *Digital Poverty: Latin American and Caribbean Perspectives*, Pratica Action Publishing, Ottawa
- Garfinkel S., (2000), *Database nation: The Death of privacy in the 21st Century*, MA O'Really and Associates, Cambridge
- Gargiulo E., (2008), *L'inclusione esclusiva. Sociologia della cittadinanza sociale*, Franco Angeli, Milano
- Gates B., Myhrvold N., Rinearson P., (1996), *La strada che porta al domani*, Mondadori, Milano
- Geertz C., (1988), *Interpretazione di culture*, il Mulino, Bologna.
- Gelli B., Mannarini T., (2007), *La partecipazione: modi e percorsi. Dai Papa Boys ai no global*, Unicopli, Milano
- Gentile E., (1997), *La grande Italia. Ascesa e declino del mito della nazione nel ventesimo secolo*, Mondadori, Milano
- Giddens A., (1999), *Identità e società moderna*, Ipermedium, Napoli
- Giddens A., (1997), *Oltre la Destra e la Sinistra*, il Mulino, Bologna
- Giddens A., (1994), *Le conseguenze della modernità*, il Mulino, Bologna
- Giddens A., (1990), *La costituzione della società*, Comunità, Milano
- Gili G., (2005), *Quando e perché la comunicazione ha successo*, Rubbettino, Roma
- Goffman E., (1988), *Il rituale dell'interazione*, il Mulino, Bologna
- Granieri G., (2005), *Blog generation*, Laterza, Roma-Bari
- Granovetter M., (1998), *La forza dei legami deboli*, Liguori, Napoli
- Grazziano S., Longo L., (2005), *Internet e politica 2005: la rete e le elezioni: e se davvero la ...*, Hoepli Editore, Roma
- Grosso E., (1997), *Le vie della cittadinanza*, CEDAM, Padova
- Grossi P., (2009), *L'Europa del diritto*, Laterza, Roma-Bari
- Grossi G. (2006), *Media e opinione pubblica: il legame formativo*, In Mancini P., R. Marini (a cura di), *Le comunicazioni di massa*, Roma, Carocci editore
- Grossi G. (2004), *L'opinione pubblica. Teoria del campo demoscopico*, Roma-Bari, Laterza
- Goldin P., Murdock G., (1999), *Information poverty and political inequality : citizenship in the age of privatized communications*, "Journal of Communications", 39 (3)
- Guidicini P., Mazzoli L., (1986), *L'equivoca certezza dei legami forti*, Franco Angeli, Milano
- Guidicini P. (1978), *Manuale della ricerca sociologica*, Milano, Franco Angeli
- Habermas J., (2002), *Storia e critica dell'opinione pubblica*, tr. it. 1981, Bari- Roma, Laterza

- Habermas J., (1998), *La costellazione postnazionale. Mercato globale, nazioni e democrazia*, Feltrinelli, Milano
- Habermas J., (1996), *Fatti e norme. Contributi a una teoria discorsiva del diritto e della democrazia*, Guercini e Associati, Milano
- Habermas J., (1985), *Etica del discorso*, Roma-Bari, Laterza
- Habermas J., (1981), *Il discorso filosofico della modernità*, Laterza, Roma-Bari
- Habermas J., (1976), *Teoria e prassi nella società tecnologica*, Laterza, Roma-Bari
- Hall S., (1992), *Cultural Studies and Its Theoretical Legacies*, in *Cultural Studies*, ed. Lawrence Grossberg et al., New York: Routledge
- Hannerz U., (2001), *La diversità culturale*, il Mulino, Bologna
- Hassan I., (1977), *Prometheus as performer: towards a posthumanist culture*, in M. Benamou e C. Caramella, (a cura), *Performance in Modern Change*, Coda, Madison
- Hauben M., (1997), *Netizens: On the History and Impact of USENet and the Internet*, IEEE Computer Society Press, Los Alamitos
- Heater D., (1990), *Citizenship: the Civic Ideal in World History, Politics and Education*. London, Longman.
- Heim M., (1998), *Virtual Realism*, Oxford University Press, Oxford
- Held D., (1989), *Modelli di democrazia*, il Mulino, Bologna
- Herman E. S., McChesney R. W., (1997), *The global media: the new missionaries of corporate capitalism*, Continuum, United Kingdom
- Hewitt H., (2005), *Blog: Understanding the Information Reformation That's Changing Your World*, Nelson Books, New York
- Hirsch F., (2001), *I limiti sociali allo sviluppo*, Bompiani, Milano
- Hirshman A. O., (2000), *Lealtà, definizione, protesta. Rimedi alla crisi delle imprese, dei partiti e dello Stato*, Bompiani, Milano
- Hobbes T. (1976), *Leviatano*, La Nuova Italia, Firenze
- Hobsbawm E. J., (1999), *Il secolo breve. 1914-1991: l'era dei grandi cataclismi*, Rizzoli, Milano
- Horkheimer M., Adorno T. W., (1974), *Dialettica dell'Illuminismo*, Einaudi, Torino.
- Inghilleri P., (2003), *La "buona vita". Per uso creativo degli oggetti nella società dell'abbondanza*, Guerini & Associati, Milano
- Inglehart R., (1998), *La società postmoderna*, Editori Riuniti, Roma
- Innerarity D., (2008), *Il nuovo spazio pubblico*, Meltemi Editore, Roma
- Introvini F., (2007), *Comunicazione come partecipazione: tecnologia, rete e mutamento*, Hoepli, Roma
- Ito M., (2008), *Introduction*, in V. Kazyz (a cura), *Networked Publics*, MIT Press, Boston

- Jenkins H. *et al.*, (2010), *Culture partecipative e competenze digitali*, Edizioni Angelo Guerini e Associati, Milano
- Jenkins H. (2008), *Fan, blogger e videogamers. L'emergere delle culture partecipative nell'era digitale*, FrancoAngeli editore, Milano
- Jenkins H., (2007), *Cultura convergente*, Apogeo (collana Apogeo Saggi), Milano 21
- Jenkins H., Thornburn D., (2003), *Democracy and new media*, MIT Press, Cambridge
- Juris J. S., (2008), *Networking futures: the Movements against Corporate globalization*, Duke University Press, Durham
- Kant I., (1985), *La pace, la ragione e la storia*, il Mulino, Bologna
- Katz J. E., (2008), (a cura), *Handbook of Mobile Communication Studies*, Mit Press, Cambridge
- Kazys V., (2008), *Networked Publics*, MIT Press, Cambridge.
- Kennedy P., (1996), *Capitalist Enterprise as a Moral or Political Crusade: Opportunitie, Constraints and Contradictions*, in O'Connor J., Wynne D., *From the Margins to the Centre, Cultural Production and Consumption in the Post-Industrial City*, Arena, Ashgate, Aldershot
- Kozinets R.V., (2010), *Netnography: The Marketer's Secret Weapon. How Social Media Understanding Drives Innovation*, March 2010
- Lagrèe J. C., (2001), *Rolling youth, Rolling society: Youth take parte in the post-modern debate on globalization*, Unesco, Paris
- Lash S., Lury C., (2007), *Global culture industry: the mediation of things*, Policy books
- Lazarsfeld P. F., Berelson B., Gaudet H., (1948), *The people's choice: how the voter makes up his mind in a presidential campaign*, Columbia University Press
- Lessig L., (2006), *Il futuro delle idee*, Feltrinelli, Milano
- Lessig L., (2005), *Cultura libera. Un equilibrio fra anarchia e controllo, contro l'estremismo della proprietà intellettuale*, Apogeo, Milano
- Lessig L., (2000), *Code and Other Laws of Cyberspace*, Basic Books, New York
- Lévy P., (1997), *Il virtuale*, Raffaello Cortina Editore, Milano
- Lévy P. (1996), *L'intelligenza collettiva. Per un'antropologia del cyberspazio*, Feltrinelli, Milano
- Lippmann W., (1995), *L'opinione pubblica*, Donzelli, Roma
- Livingston S., Couldry N., Marjhan T., (2007), *Youthful steps toward civic participation: does the Internet help?*, in Loader B.
- Livolsi M., (a cura), (2004), *Il pubblico dei media (La ricerca nell'industria culturale)*, Carocci, Roma
- Loader B., (2007), *Introduction: young citizens in the digital age: disaffected or displace?*, in ID, *Young citizens in the digital age. Political engagement, young people and new media*, Routledge, New York
- Locke J., (1948), *Due trattati sul governo civile*, UTET, Torino

- Longo G. O. (2001), *Homo tecnologicus*, Meltemi, Roma
- Longo G. O., (1998), *Il nuovo Golem. Come il computer cambia la nostra vita*, Laterza, Roma-Bari
- Loury G., (1977), *A dynamic theory of racial income differences*, in Wallace P.A., Mund A., (a cura), *Women, minorities and employment discrimination*, Lexington Books, Lexington
- Lyotard J. F., (1981), *La condizione postmoderna: rapporto sul sapere*, Feltrinelli Economia, Milano
- Lypovetsky G., (1995), *L'era del vuoto*, Luni Editrice, Milano
- Luhmann N., (1996), *La realtà dei mass media*, Franco Angeli, Milano
- Luhmann N., De Giorgi R., (1992), *Teoria della società*, Franco Angeli, Milano
- Luhmann N., (1990), *Sistemi sociali. Fondamenti di una teoria generale*, il Mulino, Bologna
- Luke T. W., (1997), *The politics of digital inwquality: access, capabilities, and distribution in cyberspace*, "New Political Science"
- Luke T. W., (1994), *Placing powers/siting spaces: the politics of global and local in the new world order*, "Environment and Planning D: Society and Space"
- Luke T. W., (1989), *Screen s of Power: Ideology, Domination, and Resistance in Informational Society*, University of Illinois Press, Urbana Illinois
- Maffesoli M., (2005), *Note sulla post-modernità*, Fausto Lupetti Editore, Bologna
- Maffesoli M., (2000), *Del nomadismo. Per una sociologia dell'erranza*, Franco Angeli, Milano
- Magri T., (2005), (a cura), *Thomas Hobbes. De cive. Elementi filosofici sul cittadino*, Editori Riuniti, Roma
- Manovich L., (2002), *Il linguaggio dei nuovi media*, Olivares, Milano
- Mappelli M. M., Lo Jacono R., (2008), *Pratiche collaborative in rete. Nuovi modelli di ricerca universitaria*, Mimesis, Milano
- Mascio A., (2008), *Internet e i nuovi movimenti: dall'online all'offline*, in Marco Santoro, *Cultura in Italia*, il Mulino, Bologna
- Marinelli A., Paltrinieri R., Pecchinenda G., Tota A. L., (2007), (a cura), *Tecnologie e culture dell'identità*, Franco Angeli, Milano
- Marradi A., (1993), *Classificazioni, tipologie, tassonomie*, in Enciclopedia delle Scienze Sociali, vol. II, Istituto della Enciclopedia italiana, Roma
- Marrani A., Prandstraller G., (1996), (a cura), *L'etica dei ceti emergenti*, Franco Angeli, Milano
- Marshall T. H., (1976), *Cittadinanza e classe sociale*, UTET, Torino
- Martin C., (1997), *L'era digitale*, McGraw-Hill, Milano
- Mathis W. M.; (1996), *Our Ecological Footprint. Reducing Human Impact on the Earth*, New Society Publishers, Gabriola Island

- Mattelart A., (1994), *Mapping world communication: war, progress, culture*, University of Minnesota Press, Minneapolis
- Mattelart A., (1997), *La comunicazione mondo*, Il Saggiatore, Milano
- Mauss H. H., (1965), *Sacrifice: its nature and function*, University of Chicago Press
- Mazzoleni G., Sfardini A., (2009), *Politica pop. Da "Porta a porta" a "L'isola dei famosi"*, il Mulino, Bologna
- Mazzoleni G., Schulz W., (1999), *"Mediatization" of Politics: A Challenge for Democracy? Political Communication*, 16(3)
- Mazzoli L., (2009), (a cura), *Network effect. Quando la rete diventa pop*, Codice edizioni, Torino
- Mazzoli L., (2001), *L'impronta del sociale (La comunicazione fra teorie e tecnologie)*, Franco Angeli, Milano
- McKechnie R., Welsh I., (2002), *When the global meets the local: critical reflections on reflexive modernization*, in "Sociological Theory and the environmental", ed. R. E. Dunlap *et al.*, Lahnam: Rowman & Littlefield, 286-310
- McLuhan M., (1995), *Gli strumenti del comunicare*, Il Saggiatore, Milano
- McLuhan M., (1992), *Il villaggio globale. XXI secolo: trasformazioni nella vita e nei media*, Sugarco
- McLuhan M., (1991), *La galassia Gutenberg. Nascita dell'uomo tipografico*, Armando Editore, Roma
- Mead G. H., (1934), *Mind, Self, and Society from the Standpoint of a social Behaviorist*, edited by C. W. Morris, The University of Chicago Press, Chicago and London; (trad. it.) Tettucci R., (1966), *Mente, sè e società*, Ed. Universitaria G. Barbera, Firenze
- Melucci A., (1996), *Challenging Codes: Collective Action in the Information Age*, Cambridge University Press, Cambridge
- Menduni E., (2007), *I media digitali*, Laterza, Roma-Bari
- Merton R. K., (2000), *Teoria e struttura sociale. Sociologia della conoscenza*, il Mulino, Bologna
- Merton R.K. (1981), *La sociologia della Scienza*, Franco Angeli, Milano
- Meyrowitz J., (1995), *Oltre il senso del luogo. L'impatto dei media elettronici sul comportamento sociale*, ed. Baskerville, Bologna
- Mezza M., (2009), (a cura), *Obama.net. New media, new politics? Politica e comunicazione al tempo del networking*, Morlacchi Editore, Morlacchi University press
- McCracken G., (1986), *Culture and Consumption: A Teoretical Account of the Structure and Movement of Cultural Meaning of Consumer Goods*, Journal of Consumer Research, 13 (June)
- Micheletti M., (2010), *Critical Shopping. Consumi individuali e azioni collettive*, FrancoAngeli, Milano

- Micheletti M., Follesdal A., Stolle D., *Politics, Products, and Markets: Exploring Political Consumerism*, Printed in the Usa
- Miller D., Slater D., (2000), *The Internet: An Ethnographic Approach*, Berg, Oxford
- Miles S., (2000), *Youth Lifestyles in a Changing World*, Open University Press, Buckingham, Philadelphia
- Mitchell W.J., (1997), *La città dei bits: spazi, luoghi e autostrade informatiche*, Electa, Milano
- Montecucco N. F., (2000), *Cyber. La visione olistica. Una scienza unitaria dell'uomo e del mondo*, Edizioni Mediterranee, Roma
- Mora E., (1994), *Comunicazione e riflessività: Simmel, Habermas, Goffman*, Casa Editrice Vita e Pensiero, Università Cattolica Milano Brescia
- Moran M. L., Benedicto J., (2002), *La construcción de una ciudadanía active entre los Jóvenes*, Injuve, Madrid
- Moran M. L., Benedicto J., (2001), *Jóvenes y Ciudadanos*, Injuve, Madrid
- Morcellini M., Mazza B., (2008), (a cura), *Oltre l'individualismo. Comunicazione, nuovi diritti e capitale sociale*, Franco Angeli, Milano
- Morcellini M., (1986), (a cura), *Lo spettacolo del consumo. Televisione e cultura di massa nella legittimazione sociale*, Franco Angeli, Milano
- AA. V.V., Morin E., (2004), *Quaderno di comunicazione 6 – fiducia/sicurezza*, Meltemi editore, Roma
- Morin E. (2001), *I sette saperi necessari all'educazione al futuro*, Raffaello Cortina Editore, Milano
- Morin E. (2000), *La testa ben fatta*, Raffaello Cortina Editore, Milano
- Murdoch R., (1993), "Address given at the lunch of New World Communications", Settembre, Londra
- Mutti A., (1998), *Capitale sociale e sviluppo. La fiducia come risorsa*, il Mulino, Bologna
- Mutti A., (1994), *I sentieri dello sviluppo*, in "Rassegna italiana di Sociologia", num. 1, pp. 109-119
- Negroponte N., (1995), *Essere digitali*, Sperling & Kupfer, Milano
- Nisbet R., (1982), *Citizenship: two traditions*, in "Social Research", vol.41, n. 4, pp. 612-37
- Nisbet R., (1977), *La tradizione sociologica*, La Nuova Italia, Firenze
- Norris P., (2002), *Democratic Phoenix: Reinventing Political Activism*, Cambridge University Press, New York
- Norris P., (2001), *Digital Divide: Civic Engagement, Information Poverty, and the Internet Worldwide*, Cambridge University Press, Cambridge
- Norris P., (1999), *Critical Citizens: Global Support for Democratic Governance*, Oxford University Press, Oxford

- OCSE (2001), *Citizens as Partners. Information, Consultation and Public Participation in Policy Making*
- O'Neill B., (2007), *Indifferent or Just Different? The Political and Civic Engagement of Young People in Canada*, CPRN
- Paltrinieri R., Parmiggiani P., (2007), *Boicottaggio e responsabilità sociale delle imprese: due facce della stessa medaglia?*, in Bovone L., Mora E., *La spesa responsabile*, Donzelli, Roma
- Paltrinieri R., (2004), *Consumi e globalizzazione*, Carocci Editore, Roma
- Paltrinieri R., (1998), *Il consumo come linguaggio*, Franco Angeli, Milano
- Park R. E. et. al., (1979), *La città*, Comunità, Milano
- Parmiggiani P., (1997), *Consumo e identità nella società contemporanea*, Franco Angeli, Milano
- Parsons T., (1995), *Il sistema sociale*, Meltemi Editore, Roma
- Parsons T., (1975), *Sistema politico e struttura sociale*, Giuffrè, Milano
- Pasquino G., (1983), *Le società complesse*, il Mulino, Bologna
- Perec G., (2000 trad. it.), *Specie di spazi*, Bollati Boringhieri, Torino
- Phillips A., (1999), *Who Needs Civil Society? A Feminist Perspective*, Inverno, Dissent
- Pizzorno A., (1991), *On the individualistic theory of social order*, in Bourdieu p., Coleman J., (a cura), *Social theory for a changing society*, Westview Press, Boulder
- Piselli F., (1981), *Parentela ed emigrazione*, Einaudi, Torino
- Polanyi K., (1974), *La grande trasformazione. Le origini economiche e politiche della nostra epoca*, Einaudi, Torino
- Porta P. L., (2005), *Laudatio del prof. Danile Kahneman*, Facoltà di Economia, Università Bicocca, Milano
- Poster M., (2001), *What's the Matter with the Internet?*, University of Minneapolis Press, New York
- Poster M., (1995), *The Second Media Age*, Polity Press, Usa
- Poster M., (1990), *The Mode of information*, Chicago Press, Chicago University, Chicago
- Privitera W., (1996), *Il luogo della critica. Per leggere Habermas*, Rubettino, Soveria Mannelli
- Putnam R., (2000), *Bowling Alone: The Collapse and Revival of American community*, Simon and Schuster, New York
- Putnam R., (1995), *Bowling alone: America's declining social capital*, in "Journal of democracy", num.6
- Putnam R., (1993), *La tradizione civica nelle regioni italiane*, Mondadori, Milano

- Raffini L., (2008), *Cittadini precari. I giovani italiani tra fuga nel private e nuove forme di impegno*, in Bettin Lattes G., Monti Bragadin S., Pirni A., *Tra il palazzo e la strada. Giovani e democrazia in Europa*, Rubettino, Soveria Mannelli
- Rash W. Jr., (1997), *Politics on the Nets: Wiring the Political Process*, Freeman, New York
- Ramonet I., (1999), *La tirannia della comunicazione*, Asterios, Trieste
- Ray P. H., Anderson S. R., (2001), *The cultural creatives: how 50 million people are changing the world*, Random House Inc, London
- Rheingold H., (1994), *Comunità virtuali: parlare, incontrarsi, vivere nel ciberspazio*, Sperling & Kupfer, Milano
- Ricolfi L., (2002), *L'eclissi della politica*, in Buzzi C., Cavalli A., de Lillo A., *Giovani del nuovo secolo. Quinto rapporto IARD sulla condizione giovanile in Italia*, il Mulino, Bologna
- Rifkin J., (2004), *Il sogno europeo. Come l'Europa ha creato una nuova visione del futuro che sta lentamente eclissando il sogno americano*, Mondadori, Milano
- Rifkin J., (2002), *Ecocidio: ascesa e caduta della cultura della carne*, Mondadori, Milano
- Rifkin J., (2001), *La fine del lavoro: il declino della forza lavoro globale e l'avvento dell'era post-mercato*, Baldini&Castoldi, Milano
- Ritzer G., (2008), *La religione dei consumi: cattedrali, pellegrinaggi e riti dell'iperconsumismo*, il Mulino, Bologna
- Ritzer G., (1997), *Il mondo alla McDonald's*, il Mulino, Bologna
- Robertson R., (1999), *Globalizzazione. Teoria sociale e cultura globale*, Asterios, Trieste
- Rodotà S., (2004), *Tecnopolitica. La democrazia e le nuove tecnologie della comunicazione*, Roma-Bari, Laterza
- Rogers C., (1961), *On Becoming a Person: a therapist's view of psychotherapy*, Houghton Mifflin Harcourt, London
- Rosenau J., (1990), *Turbulence in World Politics*, Brighton
- Roszak T., (1994), *The cult of informatin*, University of California, California
- Rousseau D., (1995), *La democratie continue: actes du colloque de Montpellier*, LGDJ, Paris
- Rushkoff D., (1994), *Cyberia: Life in the Trenches of Hyperspace*, HarperCollins, SanFrancisco
- Russel A. et. al.,(2008), *Culture: Media Convergenze and Networked Partecipation*, in Kazys V., (a cura), *Networked Publics*, MIT Press, Boston
- Sachs W., (2004), *Dizionario dello sviluppo*, EGEA Editore, Torino
- Saco D., (2000), *Cybering Democracy*, Unniversity of Minnesota Press, Minneapolis

- Sacco P.L. (2002), *Cultura, produzione di senso e benessere economico*, in Trmarchi M., (a cura), "Il finanziamento delle associazioni culturali ed educative", il Mulino, Bologna
- Sanguanini B., (2010), (a cura), *Comunicazione & Partecipazione. Sociologia della persona nella "Società-Display"*, QuiEdit, Verona
- Santoro M., (1995, (a cura), *Fare cultura*, il Mulino, Bologna
- Sartori L., (2006), *Il divario digitale. Internet e le nuove disuguaglianze sociali*, il Mulino, Bologna
- Sartori G., (1997), *Homo videns. Televisione e post-pensiero*; Laterza, Roma-Bari
- Sassen S., (2010), *Territori, autorità, diritti*, Bruno Mondadori, Milano
- Sassen S., (2008), *Una sociologia della globalizzazione*, Einaudi, Torino
- Sassen S., (2002), *Globalizzati e scontenti. Il destino delle minoranze nel nuovo ordine mondiale*, il Saggiatore, Milano
- Sassen S., (1997), *Le città globali*, UTET, Torino
- Schiller D., (2007), *How do think about information*, University of Illinois, Urbana
- Schiller H., (1979), *Transnational Media and National Development*, in Nordenstreng K., Schiller H. (ed), *National Sovereignty and International Communication*, Norwood N.J., Ablex
- Schlesinger P., (1994), *Mass media, stato, nazione: violenza politica e identità collettive*, Nuova ERI, Torino
- Semprini A., (2003), *La società di flusso. Senso ed identità nelle società contemporanee*, Franco Angeli, Milano
- Sen A., (2004), *La democrazia degli altri. Perché la libertà non è un'invenzione dell'Occidente*, Mondadori, Milano
- Sen A., (2002), *Globalizzazione e libertà*, Mondadori, Milano
- Sen A., (2000), *Lo sviluppo è libertà. Perché non c'è crescita senza democrazia*, Mondadori, Milano
- Sen A., (1983), *Il movente del profitto*, in Franzini-Messori, *Impresa, istituzioni e informazione*, (1991), Clueb
- Sennett R., (2006), *La cultura del nuovo capitalismo*, il Mulino, Bologna
- Sennett R., (2006a), *Il declino dell'uomo pubblico*, Bruno Mondadori, Milano
- Sennet R., (2000), *L'uomo flessibile. Le conseguenze del nuovo capitalismo sulla vita delle persone*, Feltrinelli, Milano
- Shane P. M., (2004), *Democracy Online. The prospects for political renewal through Internet*, Routledge, New York
- Shapiro A., (1999), *The control revolution*, Public Affair Press, New York
- Shiva V., (2006), *Il bene comune della terra*, Feltrinelli Editore, Milano
- Shiva V., (2001), *Il mondo sotto brevetto*, Feltrinelli, Milano

- Shiva V., (1995), *Monoculture della mente*, Bollati Boringhieri, Milano
- Silverstone R. (2002), *Perché studiare i media*, ed. Il Mulino, Bologna
- Simmel G., (1918), *Il conflitto della cultura moderna*, (trad. 1976), *Il conflitto della cultura moderna e altri saggi*, Bulzoni, Roma
- Smelser N. J., 1995, *Manuale di sociologia*, il Mulino, Bologna
- Smith A., (1973), *Indagine sulla natura e le cause della ricchezza delle nazioni*, ISEDI, Milano
- Smythe D. W., (1981), *Dependency Road: Communications, Capitalism, Consciousness and Canada*, Ablex, Norwood
- Spedicato L., (2004), *Altri Luoghi. L'interazione sociale su IRC Internet Relay Chat*, Carra Editrice, Casarano
- Stazio M., (2007), (a cura), *L'industria culturale. Le industrie culturali. Brani scelti*, in lulu.com, New York
- Stiglitz J. E., (2004), *I ruggenti anni Novanta. Lo scandalo della finanza e il futuro dell'economia*, Einaudi, Torino
- Stiglitz J. E., (2001), *Information and the change in the paradigm in economics*, Prize Lecture, New York
- Tanese A., (2004), (a cura), *Rendere conto ai cittadini: il bilancio sociale nelle pubbliche amministrazioni*, Manuale di Cantieri – Dipartimento della funzione pubblica, Rubettino, Roma
- Tapscott D., (1997), *Growing up Digital: The rise of the Net Generation*, McGraw-Hill, New York
- Tajfel H., (1999), *Gruppi Umani e Categorie Sociali*, Il Mulino, Bologna
- Taylor D. M., Moghaddam F. M., (2001), *Teorie dei Rapporti Intergruppi*, Imprimerie, Padova
- Tarrow S., (1994), *Power in Movement: Social Movements, Collective Action and Politics*, Cambridge University Press, Cambridge
- Tiezzi E., Marchettini N., (1999), *Che cos'è lo sviluppo sostenibile?*, Donzelli, Roma
- Tilly C., (1996), "Citizenship, Identity and Social History", in Tilly C., ed. *Citizenship. Identity and Social History*, Cambridge University Press, Cambridge
- Toffler A., (1980), *La Terza ondata*, Sperling & Kupfer, Milano
- Thomas A. O., (1996), *Global diasporic and subnational-ethnic: audiences for satellite television in South Asia*, "Journal of International Communication"
- Thompson J. B., (1995), *Mezzi di comunicazione e modernità. Una teoria sociale dei media*, il Mulino, Bologna
- Tomlinson J., (2001), *Sentirsi a casa nel mondo. La cultura come bene globale*, Hoepli, Roma
- Touraine A., (1998), *Libertà, uguaglianza, diversità. Si può vivere insieme?*, Il Saggiatore, Milano

- Touraine A., (1997), *Eguaglianza e diversità. I nuovi compiti della democrazia*, Laterza, Roma-Bari
- Touraine A., (1993), *Critica della modernità*, Il Saggiatore, Milano
- Touraine A., (1988), *Il ritorno dell'attore sociale*, Editori Riuniti, Roma
- Touraine A., (1970), *La società post-industriale*, Il Mulino, Bologna
- Touraine A., (1975), *La produzione della società*, Il Mulino, Bologna
- Touraine A., (1965), *Sociologie de l'action*, Editions du Seuil, Paris
- Triglia C., (1998), *Sociologia economica. Stato, mercato e società nel capitalismo moderno*, il Mulino, Bologna
- Triglia C., (1995), (a cura), *Cultura e sviluppo*, Donzelli, Roma
- Trippi J., (2004), *The Revolution Will Not Be televised. Democracy, the Internet, and the Overthrow of Everything*, HarperCollins, New York
- Trumbull G., (2004), *Silicon and the State: French Innovation Policy in the Internet Age*, Brookings Institution, Washington DC
- Turkle S., (1996), *Who am we?*, "Wired", January
- van de Donk W. B. H. H., (2004), *Cyberprotest: new media citizens, and social movements*, Taylor & Francis Group, Routledge
- Vander Wal T., (2007), *Folksonomy Coinage and Definition*, in <http://vanderwal.net/folksonomy.htm>
- Van Gunsteren H. R., (1998), *A Theory of Citizenship. Organizing Plurality in Contemporary Democracies*, Westview Press, Boulder
- van Zoonen L., (2005), *Entertaining the citizen: when politics and popular culture converge*, Rowman & Littlefield, Usa
- Velkovska J., (2002), *L'intimité anonyme dans les conversations électroniques sur les webchats* *Sociologie du travail*, 44 (2)
- Virilio P., (1995), *The Art of the motor*, University of Minnesota Press, Minneapolis
- von Hayek F., (1997), *Tra realismo e utopia liberale. Scritti 1949-1956*, Donzelli editore, Roma
- Wallerstein I., (2003), *Alla scoperta del sistema mondo*, Manifesto Libri, Roma
- Wallerstein I., (2000), *Capitalismo storico e Civiltà capitalistica*, Asterios, Trieste
- Wallerstein I., (1983), *Historical capitalism*, Verso, Londra
- Walker R. B. J., (1993), *Inside/Outside: International Relations as Political Theory*, Cambridge University Press, Cambridge
- Watzlawick P., Beavin J. H., Jackson D. D., (1967), *Pragmatica della comunicazione umana*, Astrolabio, Roma
- Weber M. (1998), *La politica come professione* [1919], in *Scritti politici*, Donzelli, Roma
- Weber M., (1974), *L'etica protestante e lo spirito del capitalismo*, Sansoni, Firenze

- Weber M., (1961), *Economia e società*, Comunità, Milano
- Weber S., (2004), *The success of open Source*, Harvard University, Cambridge
- Wellman B., (1999), (a cura), *Networks in the Global Village*, Westview Press, Boulder
- Wilson E., (2004), *The information Revolution and Developing Countries*, Mit Press, Cambridge
- Whitaker R., (1999), *The End of privacy*, New Press, New York
- Wolf M., (1994), *Le discrete influenze*, in *Problemi dell'informazione*, a. XXI, n.4, dicembre 1996
- Wolf M., (1985), *Teorie delle comunicazioni di massa*, Bompiani, Milano
- Wolton D., (1991), *Les contradictions de l'espace public médiatisé*, Hermès, n.10
- Žižek S., (2008), *In difesa delle cause perse*, Ponte delle Grazie di A. Solani Editore, Milano
- Zukin C., (2006), *A new engagement? Political participation, civic life, and the changing American citizen*, Oxford University Press, Oxford

Papers

- Alteri L., Raffini L., (2007a), *¿ Trabajadores precarios, ciudadanos precarios?*, *Sistema*, n. 97-98
- Appadurai A., (2002), *Deep democracy: urban Governmentality and the Horizon of Politics*, *Public Culture*, 14: 21-47
- Appadurai A., Holston J., (1999), *Cities and citizenship*, *Public Culture*, 8, 187-204
- Bennet W. L., (2011), *Branded Political Communication: Lifestyle Politics, Logo Campaigns, and the Rise of Global Citizenship*, [brandpolcom.pdf](#)
- Bennett W. L., (2008), *Changing Citizenship in the Digital Age, Civic Life Online: Learning How Digital Media Can Engage Youth*, Edited by W.
- Bennett W. L., (2003), *New Media Power: The Internet and Global Activism*, (in *Contesting Media Power*, Edited by Nick Couldry and James Curran, Rowman and Littlefield)
- Bennett. W. L., *Digital Media and Learning*, The John D. and Catherine T. MacArthur Foundation Series, MA: The MIT Press, Cambridge, 1–24. doi:10.1162/
- Bennett W. L., (1998), *The Uncivic Culture: Communication, identity and the Rise of Lyfestyle Politics*, *Political Science and Politics*, vol. 31, n.4, pp. 740-761
- Brehm J., Rahn W., (1997), *Individual level evidence for the causes and consequences of social capital*, *American Journal of Political Science*, 41-3
- boyd D., Ellison N. B., (2007), *Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship*, *Journal of Computer-Mediated Communication*, n. 13-1

- boyd D., (2006), *Super publics*, in http://www.zephoria.org/thoughts/archives/2006/03/22/super_publics.html
- Carolillo G., Cortese F., Origine ed evoluzione del mercato statunitense dei mutui subprime” in www.dseagmeg.unifg.it/dwn/Carolillo-Cortese.pdf
- Carroll W., Hackett R., (2006), *Democratic media activism through the lens of social movement theory*, Media Culture and Society; 28; 83
- Castells M., (2007), *Communication, Power and Counter-power in the Network Society*, International Journal of Communication (1), pp. 238-266
- Chadwick A., (2007), *Digital Network Repertoires and Organizational Hybridity*, Political Communication, 24:3
- Chadwick A. (2008), *Web 2.0: New Challenges for the Study of eDemocracy in an Era of Informational Exuberance*, Journal of Law and Policy for the Information Society 4 (3)
- Coleman J. S., Rowe C., (2005), *Remixing Citizenship. Democracy and Young People's use of the Internet*, Research Report, Carnegie Young People Initiative
- Dahlgren P. (2005), *The Internet, Public Spheres, and Political Communication: Dispersion and Deliberation*, Political Communication, 22: 2, 147 — 162
- Dahlgren P. (2009), *Media and Political Engagement*, Cambridge University Press, Cambridge
- De Luca P., (2007), *Il consumo critico: una ricerca esplorativa sulla dimensione sociale del comportamento del consumatore*, in Atti del Congresso Internazionale “Le tendenze del marketing”
- De Rosa R., (2007), *Weblog e processi di formazione dell'opinione pubblica*, in Comunicazione Politica, VIII, 2
- Della Porta D., Mosca L., (2006), *Ricercando nella rete: stili democratici dei siti web del movimento per una giustizia globale*, Rassegna Italiana di Sociologia, n. 4, pp. 529-556
- Di Gennaro, Pepe A. (2009), *Political protest Italian-style: The 23 blogosphere and mainstream media in the promotion and coverage of*
- Feezell et al., (2009), *Facebook is Fostering Political Engagement: A Study of Online Social Networking Groups and Offline Participation*, pres. at the A.P.S.A annual meeting, Toronto (Canada)
- Ferrera M., (2004), *Verso una cittadinanza sociale 'aperta'. I nuovi confini del welfare*, Università degli studi di Milano, working papers del Dipartimento di Studi sociali e politici n.8
- Flanagin A. J., Stohl C. F., Bimber B., (2006), *Modeling the Structure of Collective Action*, Communication Monographs, 73:1, 29-54
- Freschi A. C., (2009), (a cura), *E-democracy. Il caso della policy italiana: Primo rapporto di ricerca sui progettidella seconda fase del Piano nazionale di e-government*

- Freschi A. C., (2006), *I ricercatori precari nella trasformazione digitale*, in ISDR (ed.), *L'innovazione necessaria*, Roma
- Gurevitch M., Coleman S., Blumler J. G., (2009), *Political Communication – Old and New Media Relationships*, The Annals of the American Academy
- Häyhtiö T., Rinne J., (2007), *Little Brother is watching. Reflexive civic watch through ICTs*, paper presented at the ICS Symposium, Firenze, October
- Jensen J. L., (2010), *Citizenship 2.0.- changing aspects of citizenship in the age of digital media*, (Conference paper – work in progress)
- Marichal J. (2010), *Political Facebook Groups: Micro-Activism and the Digital Front Stage*, California Lutheran University
- Mascheroni G., *Partecipazione politica nei siti di social network. Come diverse culture civiche giovanili abitano la rete*, in http://rc10.ipso.org/public/IPSA_Lux_paper_mascheroni_minucci.pdf
- Nielsen R. K. (2009), *The Labors of Internet-Assisted Activism: Overcommunication, Miscommunication and Communicative Overload*, Journal of Information Technology & Politics, 6:3, 267-280
- Pichler E., (2006), *Migrazione, diritti di cittadinanza e partecipazione politica: Il caso degli Italiani di Germania*, Berlin, in <http://www.studielettoralit.it/convegni/2006/papers/Pichler.pdf>
- Portes A., Landolt P., (1996), *The downside of social capital*, in “The American prospect”, num. 26, pp. 18-21
- Portes A., Sensenbrenner J., (1993), *Embeddedness and immigration: Notes on the social determinants of economics action*, in American Journal of Sociology, num. 98
- Portes A., 1998, *Social capital: Its origins and applications in modern sociology*, in Annual Review of Sociology
- Prahalad C. K., Ramaswamy V., (2004), *Co-Creation Experiences: The Next Practice in Value Creation*, Journal of Interactive Marketing n.18, 3
- Ritzer G., Jurgenson N., (2008), *Producer, consumer... prosumer?* in “Consumption, Prosumption. The Nature of Capitalism in the Age of the Digital” Prosumer”, Paper Presentato all'incontro annuale dell'American Sociological Association, Boston, Maryland
- Sacco P. L., Segre G., (2006), *Creativity and new Patterns of consumption in the experience economy*, Dipartimento di Economia “S. Cognetti de Martiis”, EBLA, no 2/2006
- Sacco P.L., Pedrini S., (2003), *Il distretto culturale: mito o opportunità?*, EBLA Workin Paper No. 05/2003, Dipartimento di Economia “S. Cognetti de Martiis”, Torino
- Scammell M., (2000), *The Internet and Civic Engagement. The Age of the Citizen Consumer*, Political Communication, n.17

- Schlozman *et al.*, (2008), *Weapon of the Strong? Participatory, Inequality and the Internet*
- Sebastiani C., (2009), *Sfera pubblica virtuale nello spazio locale*, in *Partecipazione e Conflitto*, n. 1
- Segatti P., (2004), *Dell'interesse per la politica. Sue cause e conseguenze*, Università di Milano, <http://www.sociol.unimi.it/paper>
- Shah D. V., Cho J., Eveland W. P., (2005), *Information and expression in a digital age: modelling Internet effects on civic participation*, *Communication Research*, n. 32
- Siurala L., (2000), *Changing Forms of Youth Participation*, paper posted on the CE Youth Research Papers website
- Smelser N. J., (1995), *Manuale di sociologia*, il Mulino, Bologna
- Stanyer J., (2005), *The British public and political attitude expression: the emergence of a self-expressive political culture?*, *Contemporary politics*, vol. 11, n. 1
- Vaccari C. (2010), *Technology Is a Commodity: The Internet in the 2008 United States Presidential Election*, *Journal of Information Technology & Politics*, 7:1-22
- Villa A., (2010), *Movimenti e soggetto nella sociologia di Alain Touraine*, XXIV Convegno della Società Italiana di Scienza Politica, Università di Venezia IUAV, (16-18/09/2010)
- Zadek S., (1998), *Consumer Works! Development*, *Journal of the Society for International Development*, zadek.net/consuminworks.pdf
- Zwick D., Bonsu S. K., Darmody A., (2008), *Putting Consumers to Work: Co-creation and new marketing govern-mentality*, *Journal of Consumer Culture* n.8.

Articoli scientifici

- Artus P., *Ce n'est pas le moment de refuser la mondialisation*, in *Flash économie*, Natixis, n. 472, 21 giugno 2011
- http://www.civicyouth.org/PopUps/Working_Papers/WP20Bennett.pdf (di Lance Bennett)
- Cohen D., «Sortir de la crise», *Le Nouvel Observateur*, Parigi, 7 settembre 2009.
- Cohen E., *L'idéologie de Davos a buté sur la crise*, *nouvelobs.com*, 26 gennaio 2010
- Kozinets R.V. (2002), *Can Consumer Escape theMarket? Emanicipatory Illumination from Burning Man*, *Journal of Consumer Research*, 29
- (June)Lordon F., *La deglobalizzazione e i suoi nemici*, in *Le Monde Diplomatique*, settembre 2011
- Rinaldi G., (2000), *La cultura civica dal Fascismo alla Repubblica.pdf*, Convegno “La scuola alla Costituente” organizzato Isral, Alessandria, in

Van Deth (2001), *Interesting but Irrelevant: Social capital and the saliency of politics in Western Europe*, in *European Journal of Political Research*, 37

Sitografia

http://www.abnamro.com/presrom/releases/media/pdf/abnamro_soccernomics_2006_en.pdf (Abn Amro Economics Department, *Soccernomics 2006. Soccer and the economy*, March 2006)

<http://www.accademia.edu>

<http://www.agora.stm.it/politic/italy1.htm> (noto *provider* italiano da cui scaricare l'elenco di partiti e movimenti politici italiani)

<http://anonops-ita.blogspot.com/2011/05/speciale-italian-revolution.html> (movimento 15 maggio spagnolo)

<http://www.bobi2001.it> (Bo.Bi acronimo di “Boicottiamo Silvio Berlusconi – 1993)

<http://www.civicyouth.org> (Centro per Informazioni e Ricerche sullo Studio e l'impegno Civico)

<http://www.comune.bologna.it> (Iperbole, rete civica del comune di Bologna)

<http://www.corriere.it>

<http://www.culturability.it> (Culturability – Fondazione Unipolis)

<http://www.depts.washington.edu/ccce/assets/documents/pdf/SeattleStudentVoiceExecSummaryFINAL.pdf> (Seattle Student Voices, Student Voice di Annenberg Policy Center, L. Bennett)

<http://www.etnografiadigitale.it> (Centro Studi di Etnografia Digitale; Netnografia, Web Tribe, Social Media, Discorso, Cultura e *Societing*: il Manifesto teorico-metodologico del Centro Studi Etnografia Digitale)

<http://www.facebook.com>

<http://www.istat.it>

<http://joi.ito.com/joiwiki/emergentDemocracyPaper> (Ito J., *Emergent Democracy*)

http://info.netbase.com/rs/netbase/images/Netnography_WP.pdf (Kozinets R. V., *Netnography: The Marketer's Secret Weapon. How Social Media Understanding Drives Innovation*, March 2010)

<http://www.lastampa.it>

<http://www.nielsen-online.com> (Centro ricerca on line)

<http://www.occupywallstreet.org>

<http://www.parlamento.it>; <http://www.camera.it>; <http://www.senato.it> (Dall'autunno del 1996 sia il Senato che la Camera dei Deputati, le due massime rappresentazioni dell'ordinamento italiano, hanno il proprio sito)

<http://www.panoramiurbanion-offline.pdf>, articolo di Martello P., *Panorami urbani on-offline. Urban Landscapes*

<http://www.partecipa.net>

<http://www.portaleservizi.comune.bologna.it> (rete civica di Bologna – il sito di Iperbole 2020).

<http://www.repubblica.it>

http://www.surveymonkey.com/Home_Landing.aspx?sm (per sottoporre questionari online)

<http://www.twitter.com>

<http://www.vincos.it>

http://it.wikipedia.org/wiki/Movimento_no-global (Movimenti *no global* in wikipedia)

<http://www.washingtonpost.com/wp-dyn/articles/A7835-2004Aug17.html>
(Washington Post)

<http://www.youtube.it>